



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE MENÚS A DOMICILIO PARA DIABÉTICOS EN LA
CIUDAD DE IBARRA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORES: SANTAFÉ DÁVILA EDWIN MARCELO
ZAMBRANO CÓRDOVA ANDREA ESTEFANÍA**

DIRECTORA DE TESIS: DRA. MYRIAN ESTÉVEZ

IBARRA-ECUADOR

2.014

RESUMEN EJECUTIVO.

Siendo el objetivo principal del presente estudio realizar el ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MENÚS A DOMICILIO PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA; se investigó diferentes aspectos relacionados con la diabetes para tener una visión clara y amplia de esta enfermedad. Para ello se realizó un diagnóstico situacional en el cual se puede identificar los principales aliados, oportunidades, oponentes y riesgos. Se analizó argumentos teórico-científicos que sirven de sustento para el desarrollo del presente proyecto. El estudio de mercado reflejó una importante demanda a satisfacer, un precio que el cliente está dispuesto a pagar, la principal competencia a tener en cuenta y la aceptación del producto/servicio por parte de los diabéticos. El estudio técnico examinó las mejores alternativas de ubicación, tamaño e ingeniería del proyecto. En el estudio financiero se indica la inversión necesaria para dar inicio a las actividades, la cual en su mayoría será financiada y una parte estará cubierta por capital propio; una vez realizado los presupuestos de ingresos, egresos y costos se estructuró los respectivos estados financieros para posteriormente aplicar evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo y determina la factibilidad del proyecto. La estructura administrativa y funcional de la empresa busca establecer la misión, visión, políticas, objetivos y valores. En el análisis de impactos que genera el proyecto, se hace una evaluación de cada uno donde se identifica las posibles repercusiones positivas o negativas. Finalmente el trabajo de grado termina con las conclusiones y recomendaciones para la ejecución del proyecto.

SUMMARY.

Being the main objective of this study perform the STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN ENTERPRISE OF PRODUCTION AND MARKETING OF HOME MENUS FOR DIABETICS IN IBARRA CITY; we investigated different aspects of diabetes to have a clear and comprehensive vision of this disease. For it, was made a situational analysis in which you can identify the main allies and opportunities, opponents and risks. We analyzed scientific and theoretical arguments that sustain the development of this project. The market study showed a significant demand, to meet a price the customer is willing to pay, the main competition to consider and acceptance of the product/service by diabetics. The technical study examined the best alternative location, size and engineering of the project. In the financial study indicated the investment needed to start the activities, which will mostly be financed and a part will be covered by equity capital, once made revenue budgets and cost expenditure was structured the respective financial statements for later apply financial evaluators take into account the value of money over time and determines the feasibility of the project. The administrative and functional structure of the enterprise seeks to establish the mission, vision, policies, goals and values. In the analysis of impacts generated by the project, an assessment is made of each which identifies potential positive or negative impacts. Finally degree work ends with conclusions and recommendations for implementation to the project.

DECLARACIÓN.

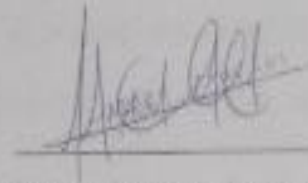
Nosotros, Santafé Dávila Edwin Marcelo con cédula de ciudadanía Nro. 100317309-1; y, Zambrano Córdova Andrea Estefanía con cédula de ciudadanía Nro. 100318456-9, declaramos bajo juramento que somos autores exclusivos de la presente investigación, y que el mismo no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional ya que se ha consultado en diferentes fuentes bibliográficas las mismas que se incluyen en este proyecto.

De tal manera expresamos que el proyecto desarrollado es de exclusiva responsabilidad de los autores ya mencionados.



Edwin Marcelo Santafé Dávila

C.I. 100317309-1



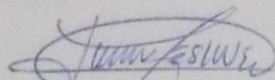
Andrea Estefanía Zambrano Córdova

C.I. 100318456-9

CERTIFICACIÓN.

Certifico que los señores: Edwin Marcelo Santafé Dávila y Andrea Estefanía Zambrano Córdova, para optar por título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., bajo mi dirección han concluido con entera satisfacción su trabajo de grado cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MENÚS A DOMICILIO PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Considerando que el presente trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del tribunal que se designe.

En mi calidad de Directora de Tesis, he brindado el asesoramiento requerido por los estudiantes, quienes son los autores de la presente investigación, mismos que han trabajado con esmero, dedicación y responsabilidad durante todo este proceso.



DRA. MYRIÁN ESTÉVEZ

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Santafé Dávila Edwin Marcelo con cédula de ciudadanía Nro. 100317309-1; y, Zambrano Córdova Andrea Estefanía con cédula de ciudadanía Nro. 100318456-9, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autores del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MENÚS A DOMICILIO PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Edwin Marcelo Santafé Dávila

C.I. 100317309-1

Andrea Estefanía Zambrano Córdova

C.I. 100318456-9



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

➤ **IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento, dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100317309-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	SANTAFÉ DÁVILA EDWIN MARCELO		
DIRECCIÓN:	AV. PÉREZ GUERRERO 7-15 Y OLMEDO		
E-MAIL:	marce_ldu90@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062955-521	TELÉFONO MÓVIL:	0986935386
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100318456-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ZAMBRANO CÓRDOVA ANDREA ESTEFANÍA		
DIRECCIÓN:	RIO JUBONES 4-23 Y RIO PASTAZA		
E-MAIL:	andreita_zambrano8@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062611-904	TELÉFONO MÓVIL:	0990464710

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MENÚS A DOMICILIO PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA”
AUTOR (ES):	SANTAFÉ DÁVILA EDWIN MARCELO ZAMBRANO CÓRDOVA ANDREA ESTEFANÍA
FECHA:	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR:	DRA. MYRIAN ESTÉVEZ

➤ **AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.**

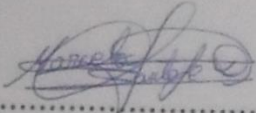
Nosotros, Santafé Dávila Edwin Marcelo con cédula de ciudadanía Nro. 100317309-1; y, Zambrano Córdova Andrea Estefanía con cédula de ciudadanía Nro. 100318456-9, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

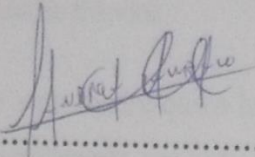
➤ **CONSTANCIAS.**

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros; por lo que asumen responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de abril 2014

LOS AUTORES:

(Firma).....

Nombre: E. Marcelo Santafé D.
C.I. 100317309-1

(Firma).....

Nombre: Andrea E. Zambrano C.
C.I. 100318456-9

ACEPTACIÓN:

Firma.....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA.

A Dios por ser el guía durante toda mi vida, dándome fuerza, inteligencia, sabiduría, paciencia; por ayudarme a superar cada reto durante mi vida estudiantil y ahora en mi vida profesional, brindándome siempre su cariño y bendiciones a través de cada una de las personas que forman parte de mi vida.

A mis padres Cecilia y Edwin, de manera especial a mi madre quien ha sido y es el pilar fundamental para que yo siga adelante y agradecerle por todo lo que soy ya que ella cada día se dedica en cuerpo y alma a la educación y formación de sus tres hijos, siendo ese el mejor legado y regalo que nos puede dejar; a mis hermanas quienes también constituyen una parte importante en mi vida.

A mi tía Consue por ser desde mi nacimiento mi segunda madre dándome siempre su amor y apoyo; a todos mis familiares que han expresado su cariño ya sea de una u otra manera. A mis amigos y a las personas que han compartido conmigo diferentes momentos en mi vida.

Marcelo Santafé Dávila.

Primero a Dios por permitir realizar este sueño y por ser el apoyo incondicional durante el desarrollo de este proyecto.

A mi abuelita y a mi madre quienes fueron las gestoras para emprender mis estudios y que con sabiduría me supieron inculcar grandes valores; gracias a su sacrificio hicieron posible culminar mi carrera.

Al resto de mi familia y a todas esas personas que de alguna manera contribuyeron con un granito de arena para poder finalizar mi trabajo de grado.

Andrea Zambrano Córdova.

AGRADECIMIENTO.

A Dios por ser la luz que durante toda nuestra vida nos ha guiado, a nuestros padres por ser un apoyo incondicional, a nuestras hermanas por todo su cariño.

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Carrera de Contabilidad Superior y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; agradecemos a cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos en cada etapa de nuestro camino universitario, y a quienes de una u otra manera intervinieron en cada ciclo de la universidad.

A la Dra. Myrian Estévez asesora de tesis por su apoyo, colaboración y motivación para el desarrollo de este proyecto mediante la guía que permitió la finalización del presente trabajo de grado.

A las autoridades y el personal de salud de las diferentes entidades públicas de la ciudad, a la Lcda. Ligia Jácome y a la Lcda. Silvia Villalba por la información, aportación y guía brindada durante el desarrollo del proyecto.

Marcelo Santafé Dávila.

Andrea Zambrano Córdova.

PRESENTACIÓN.

En el presente proyecto se producirá una variedad de menús, cada uno estará compuesto de cinco comidas diarias, mismas que ayudarán a mejorar la calidad de vida de las personas que padecen de diabetes, atendiendo sus necesidades alimenticias mediante la oferta de alternativas de excelentes características nutricionales y de agradable sabor, que suplan los víveres con que comúnmente se alimentan, todo esto bajo el asesoramiento de un experto en nutrición para asegurar la calidad del producto. La comercialización se la realizará de manera mensual, es decir, las personas contratarán por los días laborales del mes la entrega a domicilio de cada menú por un precio que será fijado una vez realizado el estudio de mercado, brindando de esta manera una nueva opción alimenticia ya que en Ibarra no existe un lugar en el que se elabore comida específicamente para este segmento de mercado. Cabe adicionar que este proyecto también contribuye a la implantación de mejores hábitos alimenticios en la población.

Para lo expuesto anteriormente se ha establecido objetivos generales y específicos, mismos que permitirán constituir e identificar de manera técnica los recursos que necesitará la nueva unidad productiva.

El proyecto estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra está estructurado de siete capítulos: diagnóstico situacional, bases teóricas y científicas (marco teórico), estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estructura organizacional y los impactos del proyecto.

El diagnóstico situacional se va a desarrollar utilizando la técnica de investigación documental, la cual brindará información sobre la situación actual del lugar en el que se va a desarrollar el proyecto; estableciendo objetivos, variables e indicadores mismos que permitirán realizar un análisis externo y así llegar a determinar la oportunidad de inversión.

El marco teórico comprenderá todo lo referente a la fundamentación teórica y científica; se desarrollará utilizando las fases de investigación como son: la

recopilación de datos que proporcionará la información bibliográfica, completa y actualizada a través de fichas bibliográficas y nemotécnicas. La segunda fase es la organización y selección de datos recolectados en la primera; y, la tercera fase radica en un análisis de interpretación de datos seleccionados, lo que facilitará obtener el extracto de la información para estructurar el marco teórico de forma correcta y de esta manera sustentar las bases conceptuales del mismo.

Para tener un conocimiento del mercado al que se desea llegar, se procederá a desarrollar un estudio de mercado, mediante el uso de entrevistas y encuestas a una muestra de la población a la cual está direccionada este proyecto; con esto, se podrá obtener datos reales de la oferta, demanda, demanda insatisfecha, mercado meta y proyección de precios; para así determinar si es o no factible el desarrollo del proyecto.

La ingeniería del proyecto (estudio técnico) se desarrollará con el apoyo de especialistas en el tema; los cuales proporcionarán información acerca de cómo se va a diseñar las instalaciones, detallando claramente la distribución de la empresa con su respectivo flujograma de proceso tanto para la producción como para la comercialización de los menús (alimentos) y así poder introducirlo y potencializarlo en el mercado, con el fin de optimizar y alcanzar los mejores resultados para la creación de la empresa; es decir, el estudio técnico abarca desde la localización del proyecto hasta la estructura de la empresa.

Una vez realizado el estudio técnico del proyecto, se procederá a realizar el estudio financiero, mismo que determinará la viabilidad del proyecto. En el desarrollo de la evaluación financiera se requiere realizar un presupuesto o estimaciones cercanas a la realidad con respecto a costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, insumos a utilizarse y la rentabilidad que se pretende obtener para efectuar los respectivos estados financieros; esto se realizará en forma técnica y científica con el cálculo, determinación e interpretación del VAN y el TIR; mismos que permitirán conocer si el proyecto va a tener rentabilidad y en cuanto tiempo se recuperará la inversión.

De igual forma se realizará la estructura organizacional de la empresa, donde se establece un nombre o razón social, que pueda estar relacionado con el producto o el propietario, o que simplemente se establezca un nombre que sea fácil de recordar para el cliente; además se determinará la misión, visión, objetivos, políticas de calidad, valores corporativos y el organigrama.

El último capítulo trata de un análisis de los principales impactos que la creación de una empresa productora y comercializadora de menús a domicilio para diabéticos puede originar, para esto se analizarán varios de ellos, entre los que se menciona: social, económico, empresarial y ético. Empleando una matriz de valoración se podrá conocer el efecto final de cada impacto.

El proyecto se complementa con el establecimiento de conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los respectivos anexos.

ÍNDICES.

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICES.....	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxvi
INTRODUCCIÓN.....	xxvii
ANTECEDENTES.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	31
ANTECEDENTES.....	31
OBJETIVOS.....	32
GENERAL.....	32
ESPECÍFICOS.....	32
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	33
INDICADORES.....	33
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	34
ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	34
RESEÑA HISTÓRICA.....	34
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	36
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	39
POBLACIÓN DIABÉTICA.....	41
DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	41

ALIADOS.	41
OPORTUNIDADES.	42
OPONENTES.	42
RIESGOS.	42
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.	42
CAPÍTULO II	43
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.	43
EMPRESA.	43
DEFINICIÓN.	43
OBJETIVOS.	43
TIPOS DE EMPRESAS.	45
PRODUCCIÓN.	45
DEFINICIÓN.	45
FACTORES DE LA PRODUCCIÓN.	46
MENÚ.	47
DEFINICIÓN.	47
VARIEDADES DE MENÚS.	48
DIABETES.	49
DEFINICIÓN.	49
HISTORIA DE LA DIABETES.	49
TIPOLOGÍA.	50
FACTORES DE RIESGO.	51
TRATAMIENTO.	53
DEFINICIÓN.	55
OBJETIVOS.	56
CLASIFICACIÓN.	57
LAS CUENTAS CONTABLES.	58
EL PROCESO CONTABLE.	59
ESTUDIO DE MERCADO.	60
PRODUCTO.	60
MERCADO.	61
OFERTA.	61

DEMANDA.	62
PRECIO.	62
COMERCIALIZACIÓN.....	63
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	64
ESTUDIO TÉCNICO.	64
TAMAÑO DEL PROYECTO.	65
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	65
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	66
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	67
ESTUDIO FINANCIERO.	68
INGRESOS.	68
EGRESOS.....	68
NORMAS INTERNACIONALES INFORMACIÓN FINANCIERA.....	70
ESTADOS FINANCIEROS.	71
EVALUACIÓN FINANCIERA.	73
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	77
MISIÓN.	78
VISIÓN.	78
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.	78
IMPACTOS.	79
IMPACTO SOCIAL.	79
IMPACTO ECONÓMICO.....	79
IMPACTO EMPRESARIAL.....	80
IMPACTO ÉTICO.....	80
CAPÍTULO III.....	81
ESTUDIO DE MERCADO.	81
PRESENTACIÓN.....	81
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.	82
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR.....	82
CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	84
FÓRMULA DE CÁLCULO.....	85
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	85

FUENTES PRIMARIAS.	86
FUENTES SECUNDARIAS.	86
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	87
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.	87
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRÍZ AOR.	107
PRODUCTO.	108
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	108
ALIMENTOS APTOS PARA EL CONSUMO DE LOS DIABÉTICOS.....	109
MENÚS PARA DIABÉTICOS.	112
SERVICIO.	114
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.	114
SEGMENTO DE MERCADO.....	114
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	115
DEMANDA ACTUAL.	116
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.	116
ANÁLISIS DE LA OFERTA.	117
OFERTA ACTUAL.	117
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	118
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.	119
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO.....	119
DETERMINACIÓN DE PRECIOS.....	120
PROYECCIÓN DE PRECIOS.	120
COMERCIALIZACIÓN.....	120
ESTRATEGIA DE PRECIO.....	121
ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y SERVICIO.....	121
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	121
ESTRATEGIA DE PLAZA.....	122
ANÁLISIS DE DISTRIBUCIÓN.....	122
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.	122
CAPÍTULO IV.....	124
ESTUDIO TÉCNICO.	124

TAMAÑO DEL PROYECTO.	124
MERCADO.....	124
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS.....	125
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.	125
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA.	125
DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGÍA.	126
DEFINICIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.	126
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	126
MACRO LOCALIZACIÓN.	126
MICRO LOCALIZACIÓN.....	127
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	136
INVERSIONES FIJAS.	136
CAPITAL DE TRABAJO.....	139
INVERSIÓN TOTAL DE PROYECTO.....	139
FINANCIAMIENTO.	140
TALENTO HUMANO	140
CAPÍTULO V	141
ESTUDIO FINANCIERO.	141
DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.	141
DETERMINACIÓN DE EGRESOS.	141
COSTOS DE PRODUCCIÓN.	142
GASTOS ADMINISTRATIVOS.	147
GASTOS DE VENTAS.	151
GASTOS FINANCIEROS.....	154
TABLA DE AMORTIZACIÓN.	155
RESUMEN DE LOS EGRESOS PROYECTADOS.....	156
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.....	157
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.....	158
FLUJO DE CAJA	159
EVALUACIÓN FINANCIERA.	160
COSTO DE OPORTUNIDAD.	160
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	161

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	162
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO.	163
RELACIÓN INGRESOS-EGRESOS.....	164
PUNTO DE EQUILIBRIO.	165
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).	165
CAPÍTULO VI.....	169
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	169
ASPECTO LEGAL DE LA EMPRESA.....	169
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	170
LA EMPRESA.....	170
RAZÓN SOCIAL.	170
MISIÓN.	171
VISIÓN.....	171
POLÍTICAS.	171
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.....	172
VALORES CORPORATIVOS.....	173
LOGOTIPO Y SLOGAN.....	173
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.	174
ORGÁNICO – FUNCIONAL.	175
CAPÍTULO VII	190
ESTUDIO DE IMPACTOS.	190
IMPACTO SOCIAL.	191
IMPACTO ECONÓMICO.....	192
IMPACTO EMPRESARIAL.	194
IMPACTO ÉTICO.....	195
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO.	196
CONCLUSIONES.	197
RECOMENDACIONES.....	199
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	201
BIBLIOGRAFÍA.	201
LINKOGRAFÍA.	204
ANEXOS.	206

ANEXO 1. ENCUESTA.....	207
ANEXO 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.	210
ANEXO 3. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.	212
ANEXO 4. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.	214
ANEXO 5. ENTREVISTA DIRIGIDA A LA LICENCIADA SILVIA VILLALBA ESPECIALISTA EN DIABETES	216
ANEXO 6. MENÚ UNO.	219
ANEXO 7. MENÚ DOS.....	222
ANEXO 8. PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA.....	225
ANEXO 9. CUADRO MENSUALIZADO DEL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.	226
ANEXO 10. CUADRO MENSUALIZADO DEL COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.....	226
ANEXO 11. CUADRO MENSUALIZADO DEL SALARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	227
ANEXO 12. CUADRO MENSUALIZADO DEL SALARIO DEL PERSONAL DE VENTAS.....	227
ANEXO 13. CÁLCULO MATERIA PRIMA INDIRECTA.	228
ANEXO 14. CÁLCULO OTROS COSTOS INDIRECTOS.....	228
ANEXO 15. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS.....	229
ANEXO 16. TASA DE INTERÉS PASIVA.....	230
ANEXO 17. NUEVA ADQUISICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN....	230
ANEXO 18. RESUMEN DE LA DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.....	231
ANEXO 19. VALOR RESIDUAL DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO..	231

ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica.	34
Cuadro 2 Población de Ibarra.....	39
Cuadro 3 Población de Ambuquí.	40
Cuadro 4 Población de Angochagua.	40
Cuadro 5 Población de La Carolina.	40
Cuadro 6 Población de La Esperanza.....	40
Cuadro 7 Población de Lita.....	40
Cuadro 8 Población de Salinas.....	41
Cuadro 9 Población de San Antonio.	41
Cuadro 10 Población diabética.	41
Cuadro 11 Tipos de empresas.	45
Cuadro 12 Población a investigar.	84
Cuadro 13 Comidas que se sirve.....	87
Cuadro 14 Valor calórico de las comidas que consume.	88
Cuadro 15 Problemas de salud.....	89
Cuadro 16 Alimentos consumidos a diario.	90
Cuadro 17 Alimentos consumidos ocasionalmente.	91
Cuadro 18 Nivel de conocimiento de la diabetes.....	92
Cuadro 19 Conocimiento de otras personas con diabetes.....	94
Cuadro 20 Conocimiento de las complicaciones de salud por la diabetes.....	95
Cuadro 21 Conocimiento sobre los cuidados para personas diabéticas.	96
Cuadro 22 Conocimiento de alimentos a consumir.	97
Cuadro 23 Conocimiento de lugares donde se expende alimentos para diabéticos.	98
Cuadro 24 Aceptación de la empresa.....	99
Cuadro 25 Ubicación de la empresa.....	100
Cuadro 26 Preferencia de medios publicitarios.	101
Cuadro 27 Preferencias en el precio.....	102
Cuadro 28 Género.	103
Cuadro 29 Ocupación.....	104

Cuadro 30 Edad.....	105
Cuadro 31 Nivel de instrucción.	106
Cuadro 32 Matriz AOOD.....	107
Cuadro 33 Criterios para la segmentación de mercado.....	115
Cuadro 34 Personas diabéticas interesadas.....	116
Cuadro 35 Demanda actual en unidades menús año 2.013.....	116
Cuadro 36 Proyección de la demanda en unidades menús.	117
Cuadro 37 Oferta actual de menús para diabéticos.....	118
Cuadro 38 Proyección de la oferta en unidades menús.....	118
Cuadro 39 Demanda insatisfecha.....	119
Cuadro 40 Demanda a captar por el proyecto.....	119
Cuadro 41 Proyección de precios.....	120
Cuadro 42 Simbología utilizada en flujogramas.....	131
Cuadro 43 Flujograma de la producción de los menús.....	132
Cuadro 44 Maquinaria y equipo.....	136
Cuadro 45 Muebles y enseres.	136
Cuadro 46 Equipo de computación y oficina.....	137
Cuadro 47 Vehículos.....	137
Cuadro 48 Bienes fungibles.	138
Cuadro 49 Resumen de la inversión fija.	138
Cuadro 50 Capital de trabajo.....	139
Cuadro 51 Inversión total del proyecto.....	139
Cuadro 52 Financiamiento.	140
Cuadro 53 Talento humano.....	140
Cuadro 54 Ingresos proyectados.....	141
Cuadro 55 Proyección de la materia prima directa.	142
Cuadro 56 Proyección de salario básico unificado.	142
Cuadro 57 Costo mensual de la mano de obra directa.	142
Cuadro 58 Proyección del costo total de la mano de obra directa.	143
Cuadro 59 Proyección de salario básico unificado.	143
Cuadro 60 Costo mensual de la mano de obra indirecta.....	143
Cuadro 61 Proyección del costo total de la mano de obra indirecta.....	144

Cuadro 62 Materia prima indirecta.	144
Cuadro 63 Otros costos indirectos de fabricación.....	145
Cuadro 64 Depreciación de producción.....	145
Cuadro 65 Resumen de los gastos generales de fabricación.....	146
Cuadro 66 Resumen de los costos de producción.....	146
Cuadro 67 Proyección del salario básico unificado.	147
Cuadro 68 Salario mensual del personal administrativo.....	147
Cuadro 69 Proyección del gasto total del personal administrativo.....	147
Cuadro 70 Suministros y materiales de oficina.....	148
Cuadro 71 Suministros y materiales de aseo.....	149
Cuadro 72 Servicios básicos.	149
Cuadro 73 Arriendo de local.	149
Cuadro 74 Mantenimiento equipo de computación y oficina – muebles y enseres.	150
Cuadro 75 Gastos de puesta en marcha.....	150
Cuadro 76 Depreciación de administración.	150
Cuadro 77 Resumen de los gastos administrativos totales.	151
Cuadro 78 Proyección del salario básico unificado.	151
Cuadro 79 Salario mensual del personal de ventas.....	152
Cuadro 80 Proyección del gasto total del personal de ventas.	152
Cuadro 81 Gasto publicidad.....	152
Cuadro 82 Gasto combustible.	153
Cuadro 83 Mantenimiento de motos.....	153
Cuadro 84 Mantenimiento equipo de computación y oficina – muebles y enseres.	153
Cuadro 85 Depreciación de ventas.....	154
Cuadro 86 Resumen de los gastos de ventas.....	154
Cuadro 87 Gasto interés.....	154
Cuadro 88 Tabla de amortización.	155
Cuadro 89 Datos del préstamo.	156
Cuadro 90 Resumen de los egresos proyectados.	156
Cuadro 91 Estado de Situación Financiera Inicial.	157

Cuadro 92 Estado de Resultado Integral.....	158
Cuadro 93 Flujo de Caja.....	159
Cuadro 94 Cálculo de la tasa de redescuento.....	160
Cuadro 95 Cálculo del valor actual neto.....	161
Cuadro 96 VAN con tasa inferior y tasa superior.....	162
Cuadro 97 Relación costo- beneficio.....	163
Cuadro 98 Relación ingresos-egresos.....	164
Cuadro 99 Punto de equilibrio año 1 (2014).....	165
Cuadro 100 Período de recuperación de la inversión.....	166
Cuadro 101 Indicadores de evaluación financiera.....	167
Cuadro 102 Análisis de sensibilidad.....	167
Cuadro 103 Junta General de Accionistas.....	176
Cuadro 104 Directorio.....	177
Cuadro 105 Gerente.....	178
Cuadro 106 Secretaria.....	180
Cuadro 107 Contador.....	182
Cuadro 108 Nutricionista.....	184
Cuadro 109 Cocinero.....	185
Cuadro 110 Asistente de cocina.....	187
Cuadro 111 Vendedor.....	188
Cuadro 112 Tabla de valoración de impactos.....	190
Cuadro 113 Impacto social.....	191
Cuadro 114 Impacto económico.....	192
Cuadro 115 Impacto empresarial.....	194
Cuadro 116 Impacto ético.....	195
Cuadro 117 Impacto general del proyecto.....	196

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1 Ubicación de la ciudad de Ibarra.	38
Gráfico 2 División política de Ibarra.	38
Gráfico 3 Pirámide de la alimentación saludable.....	48
Gráfico 4 Comidas que se sirve.	87
Gráfico 5 Valor calórico de las comidas que consume.	88
Gráfico 6 Problemas de salud.	89
Gráfico 7 Alimentos consumidos a diario.....	90
Gráfico 8 Alimentos consumidos ocasionalmente.....	91
Gráfico 9 Nivel de conocimiento de la diabetes.	92
Gráfico 10 Conocimiento de otras personas con diabetes.	94
Gráfico 11 Conocimiento de las complicaciones de salud por la diabetes.	95
Gráfico 12 Conocimiento sobre los cuidados para personas diabéticas.	96
Gráfico 13 Conocimiento de alimentos a consumir.....	97
Gráfico 14 Conocimiento de lugares donde se expende alimentos para diabéticos.	98
Gráfico 15 Aceptación de la empresa.	99
Gráfico 16 Ubicación de la empresa	100
Gráfico 17 Preferencia de medios publicitarios.	101
Gráfico 18 Preferencias en el precio.	102
Gráfico 19 Género.....	103
Gráfico 20 Ocupación.	104
Gráfico 21 Edad.	105
Gráfico 22 Nivel de instrucción.	106
Gráfico 23 Distribución directa.....	122
Gráfico 24 Provincia de Imbabura.	127
Gráfico 25 Plano de la ubicación geográfica de la empresa.	127
Gráfico 26 Distribución de la empresa.....	129
Gráfico 27 Flujograma del servicio.....	133
Gráfico 28 Logotipo de la empresa.	174
Gráfico 29 Organigrama estructural de “PROALVIDSA”	174

INTRODUCCIÓN.

ANTECEDENTES.

Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Don Miguel de Ibarra quien, además, le dió su nombre y le encomendó a su patrono: el Arcángel San Miguel; desde entonces la ciudad se llama San Miguel de Ibarra.

Ibarra, ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, capital de la provincia de Imbabura, es conocida históricamente como “ciudad blanca” o “ciudad a la que siempre se vuelve” por sus fachadas, clima veraniego, la amabilidad de sus habitantes, calles amplias y veredas tranquilas; que ha logrado conjugar su vieja raigambre española con la presencia indígena y afro-ecuatoriana. Actualmente es el punto de desarrollo de la zona norte del país en el que se conjugan las sedes administrativas de diferentes organismos públicos.

Hoy en día, algunas enfermedades relacionadas con los hábitos alimenticios han tenido un importante crecimiento, entre ellas tenemos a la diabetes, por lo que la población de este segmento de mercado se ve imposibilitada de ingerir cualquier tipo de comida. Los diabéticos deben prestar mucha atención a su alimentación, por lo que es recomendable la asesoría de un profesional para poder establecer una dieta que contenga todos los grupos alimenticios; con lo que se alargará las expectativas de vida.

Tomando como precedente el desarrollo de esta enfermedad, se producirá en la ciudad de Ibarra una variedad de menús que estará compuesta de cinco comidas diarias, las cuales ayudarán a mejorar la calidad de vida de los diabéticos, todo esto bajo el asesoramiento de un experto en nutrición para asegurar la calidad del producto. La comercialización se la realizará de manera mensual, es decir, las personas contratarán por los días laborales del mes la entrega a domicilio de cada menú por un precio que será fijado una vez realizado el estudio de mercado.

OBJETIVOS.

Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos.

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra para identificar las oportunidades de inversión en el sector.
- ✓ Establecer las bases teóricas y científicas mediante la estructuración de un marco teórico que avale el desarrollo del proyecto.
- ✓ Elaborar un estudio de mercado con el fin de establecer la demanda, oferta, precio, comercialización y publicidad del proyecto.
- ✓ Realizar un estudio técnico que permita determinar la localización óptima, el diseño y el equipamiento necesario en el proyecto.
- ✓ Realizar un estudio financiero que comprobará la factibilidad monetaria de la ejecución del proyecto.
- ✓ Diseñar la estructura organizativa con enfoque empresarial, que identifique funciones y políticas organizacionales.
- ✓ Determinar los impactos que genere el proyecto en los ámbitos social, económico, empresarial y ético.

JUSTIFICACIÓN.

Debido a la creciente población de diabéticos y por ende el incremento de la demanda de productos y servicios especializados para este segmento de mercado, se ha visto importante la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos que supla con las necesidades alimenticias de estas personas, con el fin de garantizar la satisfacción del paciente diabético.

El proyecto es factible y posible de desarrollar, ya que en Ibarra no se ha prestado atención a las necesidades alimenticias de las personas con diabetes, convirtiéndose de esta manera en un segmento de mercado de gran rédito.

Además; cabe anotar, que tanto el recurso humano como material se lo puede conseguir sin mayor dificultad en la ciudad; y, en cuanto al recurso económico no constituirá problema significativo, ya que la inversión a realizar se compondrá de dos fuentes: recursos propios y externos.

Los beneficiarios directos de este proyecto son principalmente todas las personas con diabetes ya que hacia ellas está dirigido el mismo; también de manera económica se verá beneficiado el talento humano que decida poner en ejecución el proyecto a más de los que se empleen en la producción y distribución de los alimentos.

Los beneficiarios indirectos en este proyecto constituyen las personas que serán favorecidas con la realización del proyecto sin tener un rol activo en el desarrollo del mismo, por ejemplo: los proveedores, el dueño del local, las casas automotrices; por mencionar algunos. A más de los ya descritos, también se beneficiará el sector donde se encuentre ubicado, ya que el proyecto contribuirá a un crecimiento comercial, económico y porque no decirlo poblacional del mismo.

La idea de crear una empresa de producción y comercialización a domicilio de alimentos para diabéticos nace del interés de ayudar a sobrellevar esta enfermedad a las personas que la padecen, así como también mejorar su calidad de vida; ya que a pesar de que la diabetes no se puede curar, un individuo puede tener una vida larga y saludable, siempre y cuando siga al pie de la letra el tratamiento dado por el especialista.

El proyecto en cuestión es original, ya que en la ciudad de Ibarra no existe una empresa dedicada exclusivamente a cubrir las necesidades alimenticias en cuanto a la persona diabética se refiere; produciendo y comercializando alimentos nutritivos, de agradable sabor y sobretodo de calidad que contribuyan a mejorar el estilo de vida de las personas que padecen esta enfermedad.

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra es factible desde el punto de vista legal, puesto que se empleará las normativas

vigentes a nivel local y nacional, con el objetivo de cumplir con lo que demanda la ley; es factible desde el punto de vista humano porque contará con personal capacitado e idóneo que cumplirá con sus funciones; además, es factible desde el punto de vista material ya que se contará con el equipamiento adecuado que permitirá desarrollar las labores diarias con eficiencia y eficacia; es factible económicamente porque a través del proyecto se generará fuentes de empleo para fomentar el desarrollo humano, social y económico de la población ibarreña.

Por lo anteriormente citado, el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra, es viable de realizarse.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1. ANTECEDENTES.

Ibarra conocida como la Villa San Miguel es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Históricamente nombrada “ciudad blanca” por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común la frase “ciudad a la que siempre se vuelve”, debiéndose esto a ciertas características como un clima veraniego, la amabilidad de sus habitantes, calles amplias y veredas tranquilas sombreadas por los aleros de las viejas y encaladas casas tradicionales; que ha logrado conjugar su vieja raigambre española con la presencia indígena y afro-ecuatoriana.

Actualmente existen enfermedades que afectan a la población debido a entre otras cosas a sus malos hábitos alimenticios y a la calidad de vida que llevan. En el Ecuador existe un vertiginoso aumento de personas con diabetes viéndose imposibilitados de ingerir cualquier tipo de comida.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la diabetes mellitus es una enfermedad crónica que aparece cuando el páncreas no produce insulina suficiente o cuando el organismo no utiliza eficazmente la insulina que produce.

La diabetes es una enfermedad silenciosa que afecta gravemente al cuerpo humano, la falta de dolor de ciertos síntomas hacen que la enfermedad avance y continúe su paso destructivo.

Uno de los pilares fundamentales para que el paciente de diabetes mellitus tenga una vida duradera y sin complicaciones, es el prestar atención a su dieta, misma que tendrá que ser revisada con un profesional competente para que cumpla con las exigencias de su condición.

En la alimentación de los diabéticos deben constar todos los grupos alimenticios que aseguren la cantidad de nutrientes en proporción de las necesidades energéticas de cada paciente. Esta dieta suele ser diseñada básicamente para que el paciente no ingiera alimentos que pueden perjudicar su salud y le ayuden a mantenerse en un peso adecuado.

La diabetes es una de las enfermedades que presenta un importante crecimiento durante los últimos años, convirtiéndose hoy por hoy en la primera causa de muerte a nivel nacional.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos en el 2.006 muestra por egresos hospitalarios 11.648 diabéticos, con un incremento anual aproximadamente del 11,50%, lo que para el 2.010 deja una población diabética de 17.956 personas; cifra que seguirá en aumento mientras no se controle las costumbres alimenticias y se regule las actividades físicas; lo que permitirá alejarse de las repercusiones negativas de la enfermedad que se puede prevenir o sobrellevar con solo imponer la voluntad.

1.2. OBJETIVOS.

1.2.1. GENERAL.

- ✓ Realizar un estudio de diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra.

1.2.2. ESPECÍFICOS.

- ✓ Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- ✓ Establecer la ubicación geográfica de la ciudad de Ibarra.
- ✓ Analizar los aspectos demográficos de la ciudad que será el área de estudio.
- ✓ Identificar el número de personas diabéticas existentes en la ciudad de Ibarra.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS.

Una vez establecidos los objetivos del diagnóstico, se han identificado las siguientes variables:

- ✓ Reseña histórica.
- ✓ Ubicación geográfica.
- ✓ Aspectos demográficos.
- ✓ Población diabética.

1.3.1. INDICADORES.

✓ ***Reseña Histórica.***

- a. Fundación de la ciudad.
- b. Historia.

✓ ***Ubicación Geográfica.***

- a. Límites.
- b. Altitud.
- c. Latitud.
- d. Extensión.
- e. División política.

✓ ***Aspectos Demográficos.***

- a. Población.

✓ ***Población Diabética.***

- a. Personas con diabetes.

1.3.2. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica.

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas
Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	Reseña histórica.	Fundación de la ciudad. Historia.	Documental.
Establecer la ubicación geográfica de la ciudad de Ibarra.	Ubicación geográfica.	Límites. Altitud. Latitud. Extensión. División política.	Documental.
Analizar los aspectos demográficos de la ciudad que será el área de estudio.	Aspectos demográficos.	Población.	Documental.
Identificar el número de personas diabéticas existentes en la ciudad de Ibarra.	Población diabética.	Personas con diabetes.	Documental.

Fuente: Diagnóstico Situacional.
Elaborado por: Los Autores.

1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS.

1.4.1. RESEÑA HISTÓRICA.

El 28 de septiembre de 1.606 el Capitán Cristóbal de Troya, funda la Villa de San Miguel de Ibarra, en el Valle de Carangue. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Antonio Cordero y Juana Atabalipa, además de otras propiedades de algunos grupos originarios moradores de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores. El modelo administrativo de la Villa de San Miguel de Ibarra fue copia del modelo español, según lo confirman los antecedentes históricos de los municipios ecuatorianos.

El 2 de octubre de 1.606, Cristóbal de Troya realiza varios nombramientos para la organización administrativa de la Villa: Alcaldes ordinarios: Capitán Rodrigo de Miño y Juan de León Avedaño, Alguacil para la administración de la Justicia Don Juan de Sarzosa, Regidores para la Administración Municipal el Capitán Juan Martínez de Orbe, Vicente Insuásti, Antonio de Carvajal, Francisco Valencia, Juan Rodríguez Pacho, Mateo Moreno de Acosta, Pedro Gonzáles Vaca y Francisco de Valbuena; para Procurador del Cabildo se nombró a Don Antonio de la Canal. Todos ellos, hombres de gran prestancia y llenos de anhelos de superación para la incipiente ciudad; y, a quienes se les puede considerar como las primeras piedras del edificio social de Ibarra.

Estas autoridades estructuraron en los primeros años los niveles políticos, sociales y económicos de la jurisdicción. El cabildo estaba constituido por el Corregidor, el Alcalde y los Regidores que eran elegidos cada año. Los Alcaldes ejercían jurisdicción civil y criminal en primera instancia, eran nombrados por el cabildo y debían reunir condiciones de honorabilidad y distinción social.

El Libertador de Cinco Naciones, Simón Bolívar, mandó a archivar el acta mediante la cual la Villa de Ibarra quedaba erigida en ciudad, constituyéndose desde ese mismo momento el archivo municipal de Ibarra.

El Decreto fue concebido en los siguientes términos: "REPÚBLICA DE COLOMBIA" Simón Bolívar, Libertador Presidente de la República de Colombia: Considerando que la Villa de Ibarra por su estructura, población y establecimientos públicos va progresivamente adelantándose, he venido en decretar: Artículo Único: La Villa de Ibarra queda erigida en ciudad; y como tal gozará de todas las preeminencias de las demás ciudades de su misma clase.- El Secretario General se encargará de la ejecución de éste decreto cuyo original será archivado en la Municipalidad respectiva.- Dado, firmado de mi mano, sellado y refrendado en el Cuartel General de Ibarra, a dos de Noviembre de Mil Ochocientos Veintinueve décimo nono. - (f). Simón Bolívar.

En la madrugada del 16 de agosto de 1.868, Ibarra sufre un terremoto, la ciudad queda en ruinas y sin posibilidad de habitarla. Toda la comunidad se traslada al

sector de La Esperanza por el temor de nuevos movimientos telúricos. En febrero de 1.869 a los seis meses del terremoto se renueva el Concejo, tomando como residencia dicho sector.

En el mes de febrero de 1.872, el Cabildo compuesto por Vicente Peñaherrera, Presidente y, Concejales: Vacas Andrade, Pasquel, Páez y Acosta, empezó en forma seria a preocuparse por el reasentamiento de Ibarra. Así llegó el 28 de abril de 1.872 cuando en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad. Se repartieron las parcelas para la construcción del edificio del Municipio, sitio en el que funciona actualmente el Patrimonio Histórico, junto al nuevo edificio del Municipio que fuera terminado en 1.992.

Es a partir de 1.899 que se empieza a nominar al Presidente del Concejo Municipal de Ibarra, como la máxima autoridad, hasta 1.947, siendo el primero Don Luis Villamar y el último, el Sr. Abelardo Páez Torres, con un total de ochenta y dos presidentes. En el siguiente año se da inicio a la elección de los Alcaldes del Municipio de Ibarra, siendo el primero el Dr. Luis Abraham Cabezas Borja (1.948 – 1.949).

Actualmente, Ibarra no solo es la capital de la provincia de Imbabura, sino también es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. Por su ubicación geográfica el 02 de junio de 2.010 se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por la provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

1.4.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador, entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites de la ciudad son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

Gráfico 1 Ubicación de la ciudad de Ibarra.



Fuente: Página Oficial del Municipio de Ibarra.
Elaborado por: Los Autores.

Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas $00^{\circ} 20' 00''$ y $78^{\circ} 06' 00''$, ubicada a 2.228 metros sobre el nivel del mar; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km; a 135 Km de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de $1.162,22 \text{ km}^2$, con una densidad de $131,87 \text{ hab/km}^2$ en el cantón, 2.604 hab/km^2 en el área urbana y $39,91 \text{ hab/km}^2$ en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de $41,68 \text{ km}^2$, la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de $1.120,53 \text{ km}^2$.

Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranquí, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; divididas en la siguiente forma:

Gráfico 2 División política de Ibarra.



Fuente: Página Oficial del Municipio de Ibarra.
Elaborado por: Los Autores.

1.4.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.

Ibarra, de acuerdo a los resultados del censo de población realizado en el 2010 por el INEC cuenta con una población de 181.175 habitantes siendo 93.389 mujeres y 87.786 hombres. Ésta población está distribuida de la siguiente manera:

Cuadro 2 Población de Ibarra.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	67.165	48,07%
Mujer	72.556	51,93%
TOTAL	139.721	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 3 Población de Ambuquí.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	2.707	49,42%
Mujer	2.770	50,58%
TOTAL	5.477	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 4 Población de Angochagua.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	1.510	46,28%
Mujer	1.753	53,72%
TOTAL	3.263	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 5 Población de La Carolina.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	1.448	52,87%
Mujer	1.291	47,13%
TOTAL	2.739	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 6 Población de La Esperanza.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	3.686	50,06%
Mujer	3.677	49,94%
TOTAL	7.363	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 7 Población de Lita.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	1.788	53,39%
Mujer	1.561	46,61%
TOTAL	3.349	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 8 Población de Salinas.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	887	50,95%
Mujer	854	49,05%
TOTAL	1,741	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 9 Población de San Antonio.

Sexo	Habitantes	Porcentaje
Hombre	8.595	49,05%
Mujer	8.927	50,95%
TOTAL	17.522	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

1.4.4. POBLACIÓN DIABÉTICA.

De acuerdo al anuario por egresos hospitalarios del Instituto Nacional de Estadística y Censo, la población diabética en la ciudad de Ibarra durante el período 2.006 – 2.010 fue:

Cuadro 10 Población diabética.

Año	Población Diabética
2.006	264
2.007	280
2.008	337
2.009	396
2.010	447

Fuente: Anuario de Egresos Hospitalarios (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

1.5. DIAGNÓSTICO EXTERNO.

1.5.1. ALIADOS.

- ✓ Existencia de proveedores.
- ✓ Variedad gastronómica.
- ✓ Existencia de expertos en nutrición para diabéticos.

- ✓ Ubicación geográfica.

1.5.2. OPORTUNIDADES.

- ✓ Inexistencia de locales o empresas dedicadas exclusivamente a la producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos.
- ✓ Crecimiento del sector poblacional diabético.
- ✓ Ibarra es un sitio de fácil acceso ya que es una ciudad pequeña que permite movilizarse rápidamente de un lugar hacia otro porque sus distancias son cortas.

1.5.3. OPONENTES.

- ✓ Existencia de productos sustitutos.

1.5.4. RIESGOS.

- ✓ Existencia de varios restaurantes que ofrecen servicios similares.
- ✓ El crecimiento del parque automotor en Ibarra ha ocasionado altos niveles de tráfico, lo que podría impedirnos llegar a tiempo hacia el cliente; ya que nuestro servicio se caracteriza por ser a domicilio.

1.6. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

Una vez efectuado el análisis de la situación actual de Ibarra, se ha determinado que representa una oportunidad de inversión para crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos, debido a que no se ha prestado atención a éste sector de la población que cada año se incrementa, convirtiéndose de ésta manera en un segmento de mercado potencial y de gran rédito.

Cabe anotar que lo que se busca con el desarrollo del proyecto es ayudar a los diabéticos a sobrellevar su enfermedad; a través de la elaboración y distribución de alimentos con la ayuda de expertos en nutrición, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas diabéticas.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.

2.1. EMPRESA.

2.1.1. DEFINICIÓN.

Una empresa es una organización que se dedica a la producción de bienes o servicios, a través de la utilización de todos los recursos de producción disponibles. Dichas empresas pueden o no perseguir fines de lucro, buscando satisfacer las necesidades de la población.

CHILQUINGA, Manuel, (2007) afirma que: “La empresa es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social.”

REY POMBO, José, (2009) afirma que: “Una empresa es una unidad económica de producción. En ella se da la combinación de una serie de factores (materiales, maquinaria, personal, etc.) que son necesarios para obtener unos productos y luego se venden en el mercado.”

2.1.2. OBJETIVOS.

✓ *Económico – Empresariales.*

- a. Retribuir el riesgo que corre el capital invertido por los accionistas.
- b. Mantener el capital a valor presente.
- c. Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a los inversionistas.

d. Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

✓ ***De Operación.***

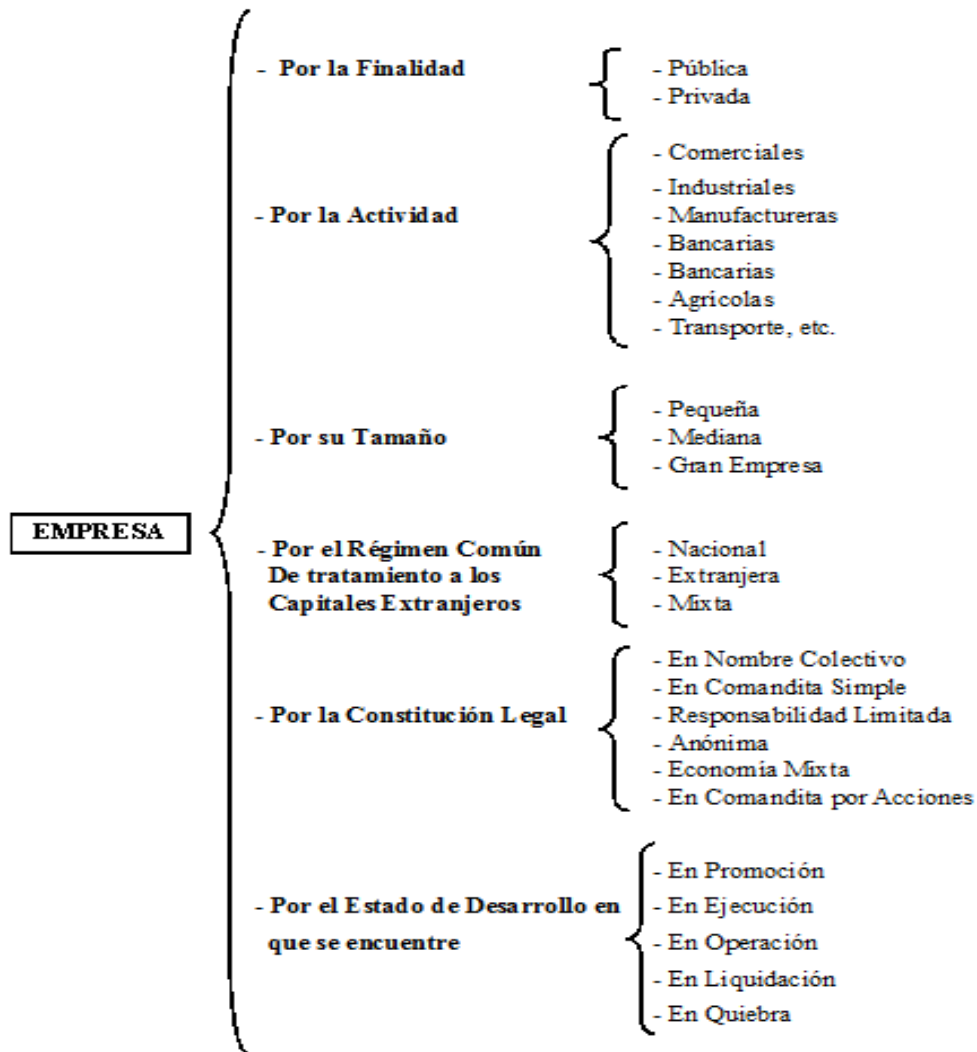
- a. Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.
- b. Mantener sus procesos con mejora continua.
- c. Pagar y desarrollar empresas proveedoras.
- d. Pagar a los empleados por los servicios prestados.
- e. Investigar y desarrollar nueva tecnología.
- f. Desarrollar habilidades de trabajo en su personal.
- g. Crecimiento moral e interno de sus empleados.

✓ ***Sociales.***

- a. Satisfacer las necesidades de los consumidores del mercado.
- b. Sustituir importaciones y, en algunos casos, generar divisas y tecnología.
- c. Proporcionar empleo.
- d. Pagar impuestos.
- e. Cubrir, mediante organismos públicos o privados, la seguridad social.
- f. Proteger la ecología.

2.1.3. TIPOS DE EMPRESAS.

Cuadro 11 Tipos de empresas.



2.2. PRODUCCIÓN.

2.2.1. DEFINICIÓN.

Se entiende por producción la adición de valor a un bien (producto o servicio) por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades. La producción no está solamente asociada con la fabricación, sino con varias actividades más. Por tanto; se puede hablar de producción de servicios y de producción de bienes materiales.

MC-GRAW, Hill, (2008) afirma que: “Se entiende por producción el proceso mediante el cual determinados elementos materiales, trabajo de maquinaria, trabajo de personas o conocimientos se transforman en productos de consumo, bienes de equipo, servicios, transporte y hostelería.”

ALVAREZ, Carlos, (2009) afirma que: “Producción consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio.”

2.2.2. FACTORES DE LA PRODUCCIÓN.

Los factores productivos o factores de la producción son aquellos recursos, materiales o no, que al ser combinados en el proceso de producción agregan valor para la elaboración de bienes y servicios.

Los factores productivos son los elementos (tierra, trabajo, capital) que el hombre emplea en la actividad productiva destinada a la elaboración de bienes y servicios.

Los factores de la producción se detallan a continuación.

✓ Tierra.

Lugar o espacio en el que se desarrolla el proceso productivo entendiéndose como tal el lugar donde se encuentra, por ejemplo: la empresa, la industria y los recursos naturales.

✓ Trabajo.

Está considerado como esfuerzo humano desde el punto de vista intelectual y material o mano de obra. En ambos casos representan la actividad del hombre encaminada a producir bienes y generar servicios.

✓ *Capital.*

Todos los elementos que intervienen en la producción llámese a estos bienes de capital o bienes financieros

La diferencia entre bienes de capital y bienes financieros son que los bienes de capital viene a ser las maquinarias, la empresa, potencial humano y los bienes financieros son el dinero, bonos, acciones.

2.3. MENÚ.

2.3.1. DEFINICIÓN.

Se entiende por menú un conjunto o una lista detallada de los platos que componen una comida y que están disponibles en un restaurante, generalmente van acompañados de un precio. Cada establecimiento elabora libremente los menús conforme al tipo de cocina que practique.

<http://deconceptos.com/index.php?s=menu&x=0&y=0> dice: “Un menú es una palabra francesa que quiere decir lista, y que a su vez deriva del latín “minutus”= pequeño, aplicándose en sus inicios a las comidas, para indicar la variedad de platos que podían seleccionarse entre los que se ofrecían a la clientela en los restaurantes. Los menús de comidas, en general, se presentan en cartillas con sus respectivos precios, tanto de entradas, platos principales, bebidas y postres.”

http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=680 dice: “La palabra menú es un vocablo de origen francés que significa conjunto o relación de platos que componen una comida (almuerzo o cena), que se sirve en los establecimientos de restauración. Esta simple definición incluye todo un abanico de tipos de menús que se pueden encontrar en cualquier tipo de establecimiento dedicado al negocio de la restauración.”

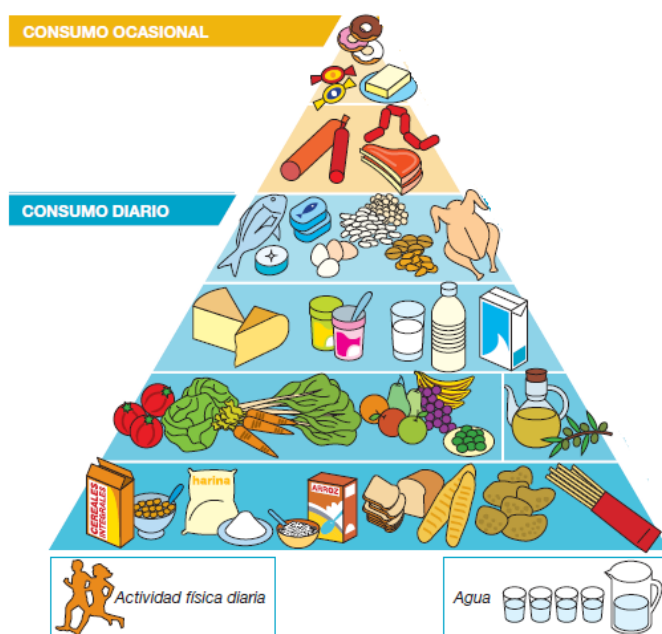
2.3.2. VARIEDADES DE MENÚS.

La mejor manera de alcanzar una vida saludable es incorporar a la dieta diaria y semanal una amplia variedad de alimentos.

Es importante la variedad en la alimentación, ya que no existe un alimento que contenga todos los nutrientes esenciales para el organismo. Así, cada alimento contribuye a la nutrición de una manera especial y cada nutriente tiene funciones específicas en el cuerpo. Para gozar de una buena salud, el organismo necesita de todos ellos en la cantidad adecuada.

El menú de cada día debe contemplar alimentos de los diversos grupos que aparecen reflejados en la pirámide de la alimentación saludable. La pirámide puede dar una idea de lo que se debe comer cada día, y con qué frecuencia a lo largo de la semana, para conseguir una dieta equilibrada.

Gráfico 3 Pirámide de la alimentación saludable.



Fuente: Guía de la Alimentación Saludable.
Elaborado por: Los Autores.

2.4. DIABETES.

2.4.1. DEFINICIÓN.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la diabetes mellitus es: “Una enfermedad crónica que aparece cuando el páncreas no produce insulina suficiente o cuando el organismo no utiliza eficazmente la insulina que produce. La insulina es una hormona que regula el azúcar en la sangre”.

2.4.2. HISTORIA DE LA DIABETES.

La diabetes es tan antigua casi como el hombre, aunque no se sabe con certeza cuándo empezó realmente. Lo que sí sabemos, es que la humanidad empezó muy pronto a darse cuenta de la existencia de una enfermedad que consistía en beber mucha agua, orinar mucho, tener hambre, perder peso y morir pronto si se era joven; o no tan pronto, pero vivir mal si empezaba después de los 40 años.

La diabetes mellitus era ya conocida antes de la era cristiana. En el papiro de Ebers descubierto en Egipto y que data al siglo XV A.C. ya se describen síntomas que parecen corresponder a la diabetes. Fue Areteo de Capadocia quien, en el siglo II de la era cristiana, le dio a esta afección el nombre de diabetes, que significa en griego *correr a través*, refiriéndose al signo más llamativo que es la eliminación exagerada de agua por el riñón, expresando que el agua entraba y salía del organismo del diabético sin fijarse en él.

En 1775 Dopson identificó la presencia de glucosa en la orina, en la segunda mitad del siglo XIX el gran clínico francés Bouchardat señaló la importancia de la obesidad y de la vida sedentaria en el origen de la diabetes, y marcó las normas para el tratamiento dietético, basándolo en la restricción de los glúcidos y en el bajo valor calórico de la dieta.

Este descubrimiento significó una de las más grandes conquistas médicas del siglo XX, porque transformó el porvenir y la vida de los diabéticos y abrió amplios

horizontes en el campo experimental y biológico para el estudio de la diabetes y del metabolismo de los glúcidos.

2.4.3. TIPOLOGÍA.

La clasificación de la diabetes mellitus avalada por la Organización Mundial de la Salud es:

✓ *Diabetes Mellitus Tipo I.*

Este tipo de diabetes corresponde a la llamada antiguamente diabetes insulino-dependiente o diabetes de comienzo juvenil. Se presenta en jóvenes, y en adultos también pero con menos frecuencia. El diagnóstico es alrededor de los 25 años de edad, y afecta a cerca de 4,9 millones de personas en todo el mundo.

✓ *Diabetes Mellitus Tipo II.*

Anteriormente llamada diabetes del adulto o diabetes relacionada con la obesidad. Se observa en adultos. Es un mecanismo complejo fisiológico, aquí el cuerpo sí produce insulina, pero, o bien no produce suficiente, o no puede aprovechar la que produce y la glucosa no está bien distribuida en el organismo (resistencia a la insulina), esto quiere decir que el receptor de insulina de las células que se encargan de facilitar la entrada de la glucosa a la propia célula están dañados.

✓ *Diabetes Gestacional.*

La diabetes gestacional es un estado hiperglucémico que aparece o se detecta por primera vez durante el embarazo. Sus síntomas son similares a los de la diabetes de tipo 2, pero suele diagnosticarse mediante las pruebas prenatales más que porque el paciente refiera síntomas.

Algunas mujeres presentan diabetes gestacional durante las últimas etapas del embarazo. Aunque esta forma de diabetes desaparece generalmente después del parto; una mujer que la haya padecido tiene más probabilidades de presentar

diabetes tipo 2 más adelante. La diabetes gestacional es causada por las hormonas del embarazo o por la escasez de insulina.

2.4.4. FACTORES DE RIESGO.

Una persona tiene mayor riesgo de padecer de diabetes mellitus, si presenta las siguientes características:

✓ ***Edad.***

Ésta enfermedad puede presentarse a cualquier edad y en cualquier situación del ser humano, siendo la edad adulta y adulta mayor la más común. En el caso de la diabetes tipo 1, ésta se presentará a temprana edad o en la adolescencia. Para mujeres en período de gestación, el riesgo aumenta al dar a luz niños de un peso mayor a 4 kilogramos.

✓ ***Herencia.***

Las personas que tienen familiares diabéticos tienen más riesgo de padecer la enfermedad.

✓ ***Mala alimentación.***

Esta condición depende de factores culturales y el entorno social, la ingesta de cantidades inadecuadas de alimentos tanto saludables como no saludables, traen consigo enfermedades como la obesidad, que si bien, no es la causa de la enfermedad, es un factor determinante para la tendencia hacia la misma.

✓ ***Sedentarismo.***

La falta de ejercicio físico, conjuntamente con un alto consumo de alimentos, en muchos casos grasas saturadas, conlleva a la acumulación de la misma en el organismo. Los daños del sedentarismo se reflejan en trastornos cardiovasculares, mal funcionamiento de los vasos sanguíneos, obesidad.

✓ ***Efectos.***

La diabetes es una enfermedad silenciosa, que afecta gravemente al cuerpo humano, la falta de dolor de ciertos síntomas hacen que la enfermedad avance y continúe su paso destructivo. Los órganos que se ven comprometidos se detallan a continuación:

✓ ***Nervios.***

El daño de los nervios en el diabético se lo conoce como neuropatía diabética, esta complicación se produce cuando los nervios se ven impedidos de llegar con el mensaje de los impulsos al cerebro.

✓ ***Ojos.***

La diabetes mellitus afecta a los vasos sanguíneos, pues la alta concentración de azúcar en la sangre los daña mediante la circulación de la misma en el cuerpo. Los vasos de la retina del ojo humano son muy sensibles y la diabetes causa daños irreversibles en ellos, esta enfermedad se la conoce como retinopatía diabética.

✓ ***Riñones.***

La diabetes afecta igualmente a los riñones y a sus vasos sanguíneos, impidiendo que estos filtren las sustancias que se van a eliminar y son nocivas para la salud, a ésta condición se la conoce como nefropatía diabética, y conduce al paciente a someterse a procesos de diálisis para ayudar al cuerpo al proceso que deja de cumplir.

✓ ***Corazón.***

Ésta enfermedad se debe al conjunto de factores que influyen para padecer de diabetes tales como: el colesterol, presión alta y sedentarismo, mismos que producen el daño del músculo y lo llevan a presentar enfermedades crónicas.

✓ *Extremidades.*

Tanto las piernas, pies y manos deben tener extremo cuidado, las heridas que presenten tienen grave riesgo de infección y son difíciles de cicatrizar. En el caso de no tener el control de estos miembros, se puede dar la amputación o deformidad.

2.4.5. TRATAMIENTO.

El tratamiento que un diabético debe tener, se basa en los aspectos que se detallan a continuación:

✓ *Estilos de vida.*

Los principales factores ambientales que incrementan el riesgo de diabetes son: la nutrición excesiva y una forma de vida sedentaria, con el consiguiente sobrepeso y obesidad.

Un tratamiento completo de la diabetes debe de incluir, no solo una dieta sana y ejercicio físico moderado y habitual; sino también, un control médico constante. Asimismo, conviene eliminar otros factores de riesgo cuando aparecen al mismo tiempo como la hipercolesterolemia.

✓ *Dieta y ejercicio físico.*

Mantener una dieta sana es una de las mejores maneras que se puede tratar la diabetes, ya que no hay ningún tratamiento que se deshaga de la enfermedad, en cuanto la persona sea diagnosticada con diabetes debe empezar a mantener una dieta sana. La persona debe cuidar la cantidad de gramos de carbohidratos que come durante el día, adaptándola a las necesidades de su organismo y evitando los alimentos con índice glucémico alto; esto significa que la persona no puede comer muchas comidas con contenido de harina blanca. Elegir panes y pastas hechas de harina integral es no solo mucho más saludable, sino que también va a ayudar a la persona a controlar mejor la insulina que el cuerpo produce.

La dieta del paciente de diabetes debe ser equilibrada y cumplir con las exigencias de su enfermedad, ésta será diseñada por su médico y cumplida con exactitud. Los horarios de comida serán respetados y en la frecuencia de entre 4 y cinco al día.

La dieta de los diabéticos es un conjunto de alimentos bien seleccionados los cuales se detallan a continuación:

a. Cereales.

Arroz, avena, trigo, cebada, maíz. Si quiere consumir pan, lo más recomendable es pan en rebanada y de preferencia que sea pan integral; la cantidad en cada comida debería ser una rebanada.

b. Productos lácteos.

Es preferible consumir leche descremada (un vaso) y si es en polvo, prepararla utilizando 30 gramos de yogurt, solo se debe consumir un vaso, que equivale a 240 ml.

c. Granos.

Lentejas, frejol, tanto blancos como negros y garbanzos. La cantidad es de ¼ de taza que equivale a 50 gramos.

d. Vegetales y legumbres.

En este grupo se incluye las acelgas, berenjenas, culantro, col, coliflor, hongos, pepinos, rábanos, lechuga (etc.); estos alimentos pueden consumirse en la cantidad que desee. Para aderezar las ensaladas se debe utilizar aceite de oliva, soya, girasol o de maíz.

e. Carnes.

Se debe consumir preferiblemente carnes blancas (pescado, pollo) a la plancha o al vapor, nunca frito. La carne roja es preferible que se consuma una vez a la semana, la cantidad recomendada es de 30 gramos.

f. Frutas.

Es recomendable comerlas en trozos y en cantidades moderadas (entre 50 y 70 gramos); las ideales son: melón, sandía, papaya, durazno, guayaba. Las frutas que no deben consumir son el mango y uvas.

✓ ***Ejercicio físico.***

El ejercicio es otra cosa muy importante en el tratamiento de la diabetes, ya que la persona debe bajar de peso y la actividad física es necesaria en este procedimiento. El ejercicio también afecta los niveles de insulina que produce el cuerpo.

✓ ***Control médico.***

El paciente diabético debe acudir a consulta frecuentemente para hacer una evaluación del estado de la enfermedad, junto a chequeos tanto de sus extremidades como de la vista.

✓ ***Medicamentos.***

En el caso de la diabetes tipo 1, la necesidad de administración diaria de insulina es de por vida; para las personas que poseen diabetes tipo 2, es necesaria la ingesta de medicamentos para controlar su enfermedad y prevenir complicaciones.

2.5. CONTABILIDAD.

2.5.1. DEFINICIÓN.

La contabilidad es la ciencia que se encarga de estudiar, medir y analizar los datos financieros de las organizaciones, empresas y de los individuos, con el fin de servir en la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes interesadas.

BRAVO, Mercedes, (2009) señala que: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control, e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con

el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.”

CHEVES, Osvaldo (2010) afirma que: “Es una técnica que produce sistemática y estructuradamente información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las entidades económicas y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados, el tomar decisiones en relación con dichas entidades.”

2.5.2. OBJETIVOS.

El objetivo principal de la contabilidad es proporcionar información de hechos económicos y financieros suscitados en una empresa u organización de forma continua, ordenada y sistemática, sobre la marcha y/o desenvolvimiento de la misma, con relación a sus metas y objetivos trazados y que permita una adecuada toma de decisiones.

Es decir, el objetivo de la contabilidad es suministrar información económica y financiera en un momento dado, que resulta de utilidad en la toma de decisiones, tanto para el control de la gestión pasada, como para las estimaciones de los resultados futuros, dotando tales decisiones de racionalidad y eficiencia.

En las empresas, uno de los procesos que ha merecido especial atención y experimentado mejoras notables es la contabilidad, comprendida como el medio de generación de datos, reportes y balances, es decir, información que usa el gerente en la toma de decisiones.

Un gerente con adecuada y oportuna información, estará en capacidad de afrontar los retos de la competencia con buenas probabilidades de éxito. El que tiene información clave, tiene poder; por el contrario, una empresa sin datos oportunos, confiables, completos, está en desventaja y, con seguridad, destinada al fracaso.

A diferencia de lo que ocurría en el pasado, cuando la contabilidad solo era una formalidad para cumplir con el cálculo y pago de impuestos, hoy en día, la empresa y la contabilidad coexisten desde los inicios del negocio. La empresa requiere la contabilidad si desea progresar, y la contabilidad no tendría objeto sino existiera la empresa.

La contabilidad se ha insertado en el sistema de información; por tanto, constituye parte esencial del mismo, y su ámbito natural es el negocio o empresa, además su aplicación es muy apreciada en toda organización que maneje fondos y recursos.

2.5.3. CLASIFICACIÓN.

✓ *Contabilidad Comercial.*

Es la más sencilla de todas y es la que aplica únicamente a la compra y venta de artículos terminados.

✓ *Contabilidad Industrial.*

Se utiliza en las empresas de transformación (fábricas) y comprende desde la adquisición de materiales, sus pasos por los distintos departamentos de producción hasta llegar a la determinación del costo unitario y posteriormente a la venta de productos y recuperación de estos.

✓ *Contabilidad Financiera.*

Da como resultado la información necesaria que ayuda a los inversionistas a conocer el panorama de su empresa.

✓ *Contabilidad Administrativa.*

Proporciona la información necesaria a los accionistas para la toma de decisiones.

✓ ***Contabilidad Bancaria.***

Suministra la información de todas las actividades de una entidad bancaria, luego de su respectivo análisis y con el fin de proporcionar las herramientas para que puedan realizar la toma de decisiones.

✓ ***Contabilidad Gubernamental.***

Se aplica a entidades de gobiernos generales, provinciales y municipales.

2.5.4. LAS CUENTAS CONTABLES.

Las cuentas contables se detallan a continuación.

✓ ***Activo.***

Un activo es un recurso controlado por la entidad, como resultado de hechos pasados y del que se espera obtener en el futuro beneficios para la empresa.

✓ ***Pasivo.***

Un pasivo es una obligación presente de la entidad, derivada de hechos pasados, cuya liquidación se espera que suponga una salida de recursos que afectará a beneficios económicos de la empresa.

✓ ***Patrimonio.***

El patrimonio equivale al importe residual de los activos de la entidad tras reducir todos sus pasivos.

✓ ***Ingresos.***

La definición de ingresos incluye tanto los ingresos de actividades ordinarias como las ganancias. Los ingresos de actividades, surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad, las ganancias son partidas que, cumpliendo la definición de ingresos, pueden o no surgir de las actividades ordinarias.

✓ *Egresos.*

La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen de las actividades ordinarias de la entidad.

2.5.5. EL PROCESO CONTABLE.

El proceso contable denominado también ciclo contable, constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable, desde el origen de la transacción (comprobantes o documentos fuente) hasta la presentación de los estados financieros.

✓ *Etapas.*

a. Captación de datos.

El sistema de contabilidad debe prever los mecanismos que permitan recoger los efectos de hechos resultantes de interacción con terceros; tanto hechos internos como externos de la empresa.

b. Procesamiento de datos.

Luego de captar los datos se requiere clasificarlos, registrarlos y almacenarlos con el fin de preparar los informes.

c. Preparación de la información.

Se debe transformar los datos en información útil y verificable, comunicar la información a los usuarios mediante informes.

Es el conjunto de actividades que permiten incorporar a la contabilidad y expresar a través de estados financieros las operaciones económicas de una organización, además de las variaciones en información a ser utilizada para tomar decisiones en la empresa y fuera de ella.

2.6. ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado es el que determina, identifica y analiza a través de un proceso sistemático los componentes del mercado, como son: el producto, la oferta, la demanda, el precio, la comercialización, los canales de distribución y la publicidad; para poder crear un plan de negocios que permita lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse en nuevos mercados.

ARBOLEDA VELEZ, Germán, afirma que: “El estudio de mercado sirve para probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción (de bienes o servicios) en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes.”

THOMPSON, Iván (2008) afirma que: “El estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.”

2.6.1. PRODUCTO.

El producto es aquel conjunto de atributos (tangibles e intangibles), que nacen de la combinación de todos los factores de producción, para satisfacer las necesidades, gustos y deseos de los consumidores.

ARBOLEDA VELEZ, Germán, afirma que: “El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de

producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.”

MURCIA, Jairo Darío, (2009) afirma que: “Es todo objeto que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Es así como un producto puede ser entonces un servicio que se presta, una idea que se requiere vender, una persona, un lugar, etc.”

2.6.2. MERCADO.

El mercado es un sitio al cual acuden voluntariamente compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) para realizar transacciones comerciales de bienes y servicios, en base a un precio determinado.

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “El mercado es una área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”

MURCIA, Jairo Darío, (2009) afirma que: “Un mercado es el sitio físico o no físico (virtual), en donde encontramos compradores (demandantes y consumidores de bienes y servicios), y vendedores (oferentes, productores de bienes y servicios), que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas.”

2.6.3. OFERTA.

La oferta no es más que la cantidad de bienes o servicios que los oferentes, proveedores o vendedores, colocan en un mercado, para que los demandantes y consumidores puedan adquirirlos a un precio determinado.

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

MURCIA, Jairo Darío, (2009) afirma que: “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada.”

2.6.4. DEMANDA.

La demanda de un bien o servicio es la cantidad que requieren los compradores para satisfacer sus necesidades a un precio determinado.

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

ARBOLEDA VELEZ, Germán, afirma que: “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.”

2.6.5. PRECIO.

El precio es el valor monetario de un bien o servicio ofrecido en el mercado, que el comprador debe pagar al vendedor, para que éste último pueda definir los futuros ingresos.

THOMPSON, Iván (2008) afirma que: “Precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor

para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.”

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”

2.6.6. COMERCIALIZACIÓN.

✓ Definición.

La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. Para llevar a cabo la comercialización de un producto, es muy importante realizar una correcta investigación de mercados, para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

GARCIA, Mignelys; CARDENAS, Julio; VIDAL, Jorge Luis, (2007) afirman que: “Comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y en el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.”

ARBOLEDA VELEZ, Germán, afirma que: “La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado: fijación de precios, medidas de promoción, incluidos organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de distribución.”

✓ *Características de la comercialización.*

La comercialización implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento, entre otras características; todo esto como el proceso necesario para mover los bienes, en el espacio y el tiempo del productor al consumidor.

2.6.7. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

La promoción y la publicidad son aquellos elementos que tienen como características: informar, persuadir y recordar; por lo tanto, una correcta utilización de estas dos herramientas, permitirán que un producto o servicio llegue al mercado meta, estimulando en el comprador la adquisición del mismo.

MURCIA, Jairo Darío, (2009) afirma que: “Promoción es el concepto que hoy en día se lo conoce con el nombre de comunicaciones integradas de marketing (C.I.M), en donde la propuesta de valor es comunicada finalmente al mercado meta, y del cual se espera una reacción o respuesta que debe ser monitoreada y controlada para su posible rectificación.” “Publicidad se define como una forma de comunicación pagada y que no es personal sino masiva, (comunicar a través de prensa, revistas, televisión, radio, etc.) que se realiza de un producto o servicio, entendiéndose que éste producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia.”

2.7. ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico es el que abarca todo lo referente a los elementos de la ingeniería del proyecto, tales como; análisis y determinación del tamaño, la localización, los

equipos, las instalaciones y procesos productivos, requeridos para la unidad productiva y su operación, permitiendo la optimización de recursos y mejores resultados para la misma.

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “El estudio técnico lo que pretende es resolver las preguntas referente a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.”

2.7.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad a instalarse, y se expresa en unidades de producción por año.

2.7.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La localización del proyecto, es llegar a determinar el sitio en donde se instalará la planta tomando en cuenta las variables de ubicación, mismas que contribuyen a producir una máxima rentabilidad o a obtener el costo unitario mínimo.

✓ **Macro Localización.**

Consiste en determinar la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la empresa, es decir; establecer la provincia, cantón y ciudad.

✓ **Micro Localización.**

La micro localización consiste en elegir exactamente el sitio preciso en donde se ubicará la empresa dentro de la macro zona.

2.7.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La ingeniería del proyecto abarca todo lo referente a la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, distribución óptima de la planta, infraestructura física, procesos productivos, entre otros aspectos que se requieren para el correcto funcionamiento de la empresa.

✓ **Procesos.**

El proceso productivo se lo puede definir como la combinación de todos y cada uno de los factores necesarios para producir bienes y servicios a partir de materias primas y su transformación en un artículo terminado.

BACA URBINA, Gabriel, (2010) afirma que: “Proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura.”

✓ **Flujograma de procesos.**

El flujograma de proceso es un diagrama secuencial, un conjunto de figuras (símbolos), en donde cada una de ellas tiene una función especial que representa una acción en particular de una tarea.

✓ **Tecnología.**

Es un factor determinante del tamaño del proyecto, ya que representa un conjunto de conocimientos técnicos, maquinaria y procesos que sirven para obtener el bien o servicio.

✓ **Maquinaria y equipo.**

Representa todas las maquinarias y equipos que son indispensables para el desarrollo del producto o servicio a producirse.

2.7.4. PRESUPUESTO TÉCNICO.

El presupuesto técnico es aquel que está compuesto por las inversiones fijas y el capital de trabajo.

✓ **Inversiones fijas.**

Las inversiones fijas representan todos los activos que tengan una vida útil mayor a un año, cuya finalidad es avalar el funcionamiento inicial de la unidad productiva para que pueda llevar a cabo sus actividades.

MURCIA, Jairo Darío, (2009) afirma que: “Las inversiones fijas son las compras en activos realizadas con el fin de garantizar su funcionamiento inicial. A éste rubro le corresponde entre otras, las siguiente cuentas, terrenos, construcciones en general y obras civiles, maquinaria y equipo, herramientas requeridas, muebles y enseres, vehículos, derechos de propiedad intangible.”

✓ **Capital de trabajo.**

El capital de trabajo es todo lo que se requiere para poder producir un bien o servicio, hasta cuando el mismo genere los propios ingresos.

ARBOLEDA VELEZ, Germán, afirma que: “El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes

y los pasivos corrientes. Para calcularlo se deben definir las necesidades mínimas que requiere el negocio o empresa en cuanto a activos corrientes y pasivos corrientes se refiere.”

2.8. ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero permite determinar los ingresos que pretende obtener un proyecto en ciertos períodos de tiempo, y al mismo tiempo fijar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera además de la rentabilidad.

ORTEGA CASTRO, Alfonso, afirma que: “El estudio financiero tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales. El estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizarán.”

2.8.1. INGRESOS.

Son los aumentos de beneficios económicos durante el período contable, en la forma de afluencias o aumentos de activos, o disminuciones de pasivos que tienen como resultado un aumento de patrimonio, aumentos que no son aquellos relacionados con contribuciones de los participantes del patrimonio de la entidad.

2.8.2. EGRESOS.

Son las disminuciones de beneficios económicos durante el período contable, en la forma de desembolsos o agotamiento de activos o pasivos incurridos, que tienen como resultado las disminuciones en el patrimonio, disminuciones que no sean aquellas relacionadas con la distribución a los participantes del patrimonio de la entidad.

✓ ***Materia prima.***

La materia prima es un conjunto de productos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos terminados. La materia prima se clasifica en materia prima directa y materia prima indirecta.

La materia prima directa constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo, con el fin de obtener un producto semielaborado o terminado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable.

La materia prima indirecta son de difícil cuantificación por dos razones: tiempo y costo. Estos pueden o no formar parte del producto terminado.

✓ ***Mano de obra.***

La mano de obra constituye el segundo elemento del costo de producción y representa el esfuerzo físico e intelectual del hombre o la fuerza aplicada a la transformación de la materia prima en producto semielaborado o terminado. La mano de obra se clasifica en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

La mano de obra directa es aquella fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de materiales, ya sea que intervenga manualmente o accionando máquinas.

La mano de obra indirecta es la fuerza de trabajo que interviene de manera indirecta en la elaboración de un producto.

✓ ***Costos indirectos de fabricación (CIF).***

Los costos indirectos de fabricación son aquellos costos necesarios para la producción que no se identifican con el producto que se está elaborando, por lo tanto no son ni directa, ni fácilmente asignable a las órdenes de producción. Aquí tenemos: materia prima indirecta, mano de obra indirecta, depreciaciones, impuestos, seguros, arriendos, etc.

✓ ***Gastos administrativos.***

Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa. Son gastos que de manera general coadyuvan a las operaciones propias del giro del negocio.

✓ ***Gastos de ventas.***

Los gastos de ventas son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas. Por ejemplo: los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

✓ ***Gastos financieros.***

Los gastos financieros son pagos que realiza la empresa por la obtención de recursos en instituciones bancarias o financieras.

2.8.3. NORMAS INTERNACIONALES INFORMACIÓN FINANCIERA.

✓ ***Definición.***

Es el conjunto de normas e interpretaciones de carácter técnico; aprobadas, emitidas y publicadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, en las cuales se establecen los criterios para el reconocimiento, la valuación, la presentación y la revelación de la información que se consigna en los estados financieros de propósito general. Debe entenderse, que los estados financieros de propósito general son aquellos que satisfacen las necesidades de información financiera de una amplia gama de usuarios, por lo tanto, dichos estados financieros no están elaborados a la medida de un usuario en particular.

✓ **Objetivo.**

El objetivo principal de las Normas Internacionales de Información Financiera es proporcionar a los propietarios y directores de las entidades, a los participantes en los mercados de capitales y los contadores profesionales, un conjunto de normas contables de carácter mundial, que sean de alta calidad y que en función del interés público, les permita a los mismos, la preparación, presentación y el uso de estados financieros de propósito general, cuya información sea confiable, transparente y comparable, que facilite la toma de decisiones económicas. Es decir, el propósito de estas normas es reflejar la imagen fiel de la empresa, tanto en su aspecto operacional como en su situación financiera.

2.8.4. ESTADOS FINANCIEROS.

Los estados financieros son una representación estructurada de la situación y rendimiento financiero de una entidad; también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados.

El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos (en los que se incluyen ganancias y pérdidas), aportaciones de los propietarios y distribuciones de los mismos, y flujos de efectivo; que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar decisiones.

Un juego completo de estados financieros comprende:

- a) un estado de situación financiera al final del periodo;
- b) un estado del resultado integral del periodo;
- c) un estado de cambios en el patrimonio del periodo;
- d) un estado de flujos de efectivo del periodo;
- e) notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa.

a) ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.

El estado de situación financiera es un informe financiero en el que se muestra a una fecha determinada los activos con que cuenta una empresa, así como también las obligaciones con terceros y el patrimonio. En otras palabras, presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio en un momento dado, según se refleja en los registros contables.

b) ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.

El estado de resultado integral muestra el total de ingresos provenientes de las actividades principales de la empresa y el total de costos y gastos incurridos, revelando el importe de la utilidad ganada o pérdida incurrida durante un período determinado.

c) ESTADO DE EVOLUCIÓN PATRIMONIAL.

El estado de evolución patrimonial informa la composición del patrimonio y los cambios o movimientos ocurridos en las distintas cuentas que lo integran.

d) ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.

El estado de flujos de efectivo informa de los flujos habidos durante el período, clasificándolos por: actividades de operación, de inversión y de financiamiento. Los flujos de efectivo son las entradas y salidas de efectivo.

e) NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Las notas explicativas a los estados financieros contienen información adicional a la presentada en el estado de situación financiera, estado de resultado integral, estado de evolución patrimonial y estado de flujos de efectivo. Las notas deben presentar información acerca de las bases de preparación de los estados financieros y de las políticas contables aplicadas.

Las notas suministran descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas en esos estados e información sobre partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en ellos.

Las notas deben presentarse, en la medida que sea posible, de forma sistemática. Cada partida del estado de situación financiera, del estado de resultado integral, del estado de evolución patrimonial y estado de flujos de efectivo; que esté relacionada con una nota, debe contener una referencia cruzada para permitir su identificación.

2.8.5. EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento de un proyecto específico; la misma que tiene como propósito, calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realiza en la implementación de la unidad económica de producción; para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

La evaluación financiera en un proyecto, busca conocer de forma anticipada su comportamiento futuro; y sobre ésta base, tomar decisiones que permitan llevarlo a cabo, o por el contrario rechazarlo por inconveniente.

✓ *Valor actual neto (VAN).*

Por valor actual neto se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual, es decir, actualizar mediante una tasa todos los cash-flows futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el valor actual neto es:

$$VAN = \Sigma \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

Dónde:

$$\Sigma \text{Flujos Netos Actuales} = \frac{FN_1}{(1+r)^1} + \frac{FN_2}{(1+r)^2} + \frac{FN_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FN_n}{(1+r)^n}$$

Siendo:

FN = Flujo Neto de Caja.

n = Número de períodos considerado.

r = Tasa de descuento.

El valor actual neto VAN se utiliza para tomar decisiones de un proyecto y conocer si éste es factible de ejecutarse o no, para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- a. Si el valor actual neto es mayor que cero, la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por lo que el proyecto puede aceptarse (factible de ejecutarse).
- b. Si el valor actual neto es menor que cero, la inversión producirá pérdidas por encima de la rentabilidad exigida, por lo que el proyecto debe rechazarse (no es factible su ejecución).
- c. Si el valor actual neto es igual a cero, la inversión no producirá ni ganancias ni pérdidas, por lo que la ejecución del proyecto es indiferente.

VARELA VILLEGAS, Rodrigo, (2.010) afirma que: “El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio aceptable para determinar la factibilidad de un proyecto de inversión. Este método permite incluir todas las inversiones propias y flujos de caja netos, considera el valor de dinero en el tiempo, no realiza promedios, es fácil de calcular, no requiere ensayo y error, su análisis incremental es muy fácil de realizar, es fácil de decidir, puesto que siempre que el VAN sea mayor igual a cero el proyecto es factible.”

✓ **Tasa interna de retorno (TIR).**

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor actual neto del proyecto sea igual a cero. La TIR de un proyecto es la tasa de interés que devengan los dineros que permanecen invertidos en el proyecto.

La fórmula que nos permite calcular la tasa interna de retorno es:

$$TIR = Tri + (Trs - Tri) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

Siendo:

Tri = Tasa de descuento inferior.

Trs = Tasa de descuento superior.

VANi = Valor actual neto inferior.

VANs = Valor actual neto superior.

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno TIR para tomar decisiones de aceptación y rechazo los criterios de decisión son los siguientes:

- a. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto es viable.
- b. Si la TIR es menor que la tasa de descuento, el proyecto no es viable.
- c. Si la TIR es igual a cero, el proyecto es indiferente.

SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, (2.008) mantienen que: “El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.”

✓ **Costo/Beneficio.**

El costo/beneficio, también llamado índice de rentabilidad, nos permite decidir si aceptamos todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad

es mayor a 1 el valor actual neto es mayor a la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual.

Al costo/beneficio se lo define como:

- a. La sumatoria de los flujos netos actualizados dividido para la inversión inicial.

$$\text{Costo /Beneficio} = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

- b. La sumatoria de los ingresos netos actualizados dividido para los egresos netos actualizados.

$$\text{Costo /Beneficio} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Netos Actualizados}}$$

VARELA VILLEGAS, Rodrigo, (2.010) asevera que: “La concepción básica de este criterio (Costo/Beneficio) es la de productividad y en este sentido se define como la relación entre el valor presente de los beneficios económicos de proyecto y el valor presente de los costos (maleficios) del mismo. Podemos definir los beneficios como los flujos de caja netos, y los costos (maleficios), como las inversiones netas propias.

Este método permite, definidos los beneficios y los costos, incluir todas las ventajas y desventajas del proyecto y considerar el valor del dinero en el tiempo, pero no es una herramienta que directamente permita la decisión de optimalidad. Asimismo, su definición y manejo no considera el proceso de análisis incremental al comparar varias alternativas y supone que el indicador es suficiente para hacer la selección directamente.”

✓ ***Periodo de recuperación de la inversión.***

El periodo de recuperación de la inversión se lo puede definir como: el número de períodos que deberán transcurrir para que la suma de los flujos netos actualizados de efectivo de una inversión sea igual a la inversión original.

SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, (2.008) sostienen que: “Es un método de evaluación mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa.”

✓ **Punto de equilibrio.**

El punto de equilibrio es el punto donde no se genera ni una utilidad ni una pérdida para la empresa, es decir, los ingresos totales obtenidos son iguales a los costos totales incurridos; por lo que la empresa se encuentra en una estabilidad.

Las fórmulas que nos permitirán determinar el punto de equilibrio son:

a. *En unidades de producto.*

$$PEu = \frac{CFTotal}{PVu - CVu}$$

b. *En unidades monetarias.*

$$PE\$ = \frac{CFTotal}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$$

CHILQUINGA, Manuel, (2.007) afirma que: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”

2.9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional se refiere a temas como la situación legal, organización, misión, visión, objetivos organizacionales, valores corporativos con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

2.9.1. MISIÓN.

La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores, donde si bien éstos son estáticos; la misión en cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿para qué existe la organización?, es decir; en la medida de definir la misión se debe considerar tácitamente la razón de ser de la empresa.

2.9.2. VISIÓN.

La visión expresa el marco de referencia de lo que una entidad quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que actualmente somos a lo que en el futuro queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿qué queremos ser en los próximos años?, es decir; establecer el rumbo a seguir a corto plazo para llegar a ser lo que nos hemos puesto como meta en un tiempo determinado.

2.9.3. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con la finalidad de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman cada una de las distintas unidades dentro de la organización.

✓ *Organigrama estructural.*

El organigrama estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica, que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

✓ *Orgánico funcional.*

El orgánico funcional es una descripción de las tareas y requisitos necesarios de cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la empresa.

2.10. IMPACTOS.

Un impacto es aquel que nos permite predecir los distintos efectos (positivos o negativos) que el proyecto generará en diferentes ámbitos.

2.10.1. IMPACTO SOCIAL.

El impacto social trata de identificar quienes recibirán los beneficios del proyecto, lo que conlleva a solucionar problemas que permita el desarrollo social de la población, es decir; mejorar la calidad de vida, lograr crecimiento económico, profesional, educacional, cultural, etc.

2.10.2. IMPACTO ECONÓMICO.

El impacto económico es aquel que examina, hasta qué punto, los beneficios económicos generados por el proyecto lograrán mejorar los niveles de salarios e incremento de ingresos familiares.

2.10.3. IMPACTO EMPRESARIAL.

Trata de crear en la población, iniciativas de visión empresarial, generando en la comunidad ideas emprendedoras que les permitan mejorar su estilo y calidad de vida, dando como resultado el crecimiento de la población económicamente activa.

2.10.4. IMPACTO ÉTICO.

El impacto ético esta direccionado a fomentar una competencia leal, basándose en normas y principios, respetando a quienes conforman el mercado, y sobre todo, tratar de establecer un compromiso social con el entorno.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. PRESENTACIÓN.

El estudio de mercado es un instrumento de acopio de información, que permite realizar un análisis profundo y completo de los clientes, competidores, oferta, demanda, precios y el mercado; así como los factores externos que influyen en el mismo, con la finalidad de prever y limitar los riesgos para poder tomar decisiones correctas y acertadas.

Su estructura abarca un estudio muy amplio, ya que no solamente se trata de analizar la oferta y la demanda, también investiga el producto, la publicidad, canales de comercialización, ventas, precios, diseño; logrando crear un plan estratégico empresarial que ayude a fortalecer y a consolidar a la empresa en un mercado potencial.

A través de la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, como la encuesta y la entrevista, se obtendrá información directa, real y valiosa que permita tener el máximo de probabilidades de éxito cuando la empresa se constituya y el producto salga a la venta.

Los resultados obtenidos servirán como base para realizar proyecciones futuras, que ayuden a tener una visión clara del proyecto, coadyuvando a la preparación de posibles planes de contingencia, según como se muestre cada escenario proyectado.

En el presente capítulo, se demostrará que la creación de una empresa dedicada a expender alimentos para diabéticos es un nicho de mercado potencial, ya que en la ciudad de Ibarra no se ha prestado atención a éste segmento, y más aún, en brindar un servicio de alimentación especializada que permita satisfacer las necesidades de

la población diabética, es por eso que, la demanda insatisfecha justifica la puesta en marcha del proyecto.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita determinar el nivel de aceptación del producto e identificar la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha; con el objetivo de evaluar el mercado para la toma de decisiones correctas y adecuadas.
- ✓ Conocer el mercado y los factores que influyen en el mismo; así como sus ventajas y desventajas.
- ✓ Identificar cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar el producto al consumidor.
- ✓ Identificar en qué medio de comunicación se efectuará la publicidad de la empresa.

3.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR.

Para el presente estudio, la población a investigar está definida por el número de personas diabéticas que existen en la ciudad de Ibarra, que de acuerdo a la información facilitada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2.006 fueron 264 diabéticos, y para el 2.010 esta población ascendió a 447.

Para identificar nuestra población a investigar al 2.012 se proyectó como se indica a continuación:

$$M = C(1+i)^{n-1}$$

Siendo:

M = Último dato de la serie histórica.

C = Primer dato de la serie histórica.

i = Tasa de crecimiento.

n = Cantidad de datos.

Cálculo de la tasa de crecimiento.

$$M = C(1+i)^{n-1}$$

$$447 = 264(1+i)^{5-1}$$

$$\frac{447}{264} = (1+i)^4$$

$$\sqrt[4]{1,693181818} = \sqrt[4]{(1+i)^4}$$

$$1,140711708 = 1+i$$

$$0,140711708 = i$$

14,07% = i Tasa de crecimiento anual de población diabética.

Proyección año 2.011

$$M = C(1+i)^n$$

$$M = 447(1+0,140711708)^1$$

$$M = 509,8981335$$

M = 510 Personas diabéticas.

Proyección año 2.012

$$M = C(1+i)^n$$

$$M = 447(1+0,140711708)^2$$

$$M = 581,6467707$$

$M = 582$ Personas diabéticas.

Proyección año 2.013

$$M = C(1 + i)^n$$

$$M = 447(1 + 0,140711708)^3$$

$$M = 663,4912813$$

$M = 663$ Personas diabéticas.

Una vez realizados los cálculos necesarios se obtuvo que la población diabética para el 2.013 asciende a 663 personas; siendo ésta la base que será objeto de estudio.

Cuadro 12 Población a investigar.

Ciudad	Población a Investigar
Ibarra	663

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

3.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA.

La fórmula de cálculo se detalla a continuación:

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 d^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra o número de elementos a investigarse.

N = Universo o población bajo estudio.

d^2 = Varianza (0,25) de una desviación estándar igual a 0,5

z = Nivel de confianza, equivale al rango de 1,96 (95%)

e = Error muestral 5%

3.5. FÓRMULA DE CÁLCULO.

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(663)}{(0.05)^2 (663 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(663)}{(0.0025)(662) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(636,7452)}{(1,655) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{636,7452}{2,6154}$$

$$n = 243,4599679$$

$$n = 243$$

Una vez realizado el cálculo de la muestra, obtenemos como resultado que deben ser encuestados 243 personas con diabetes, mismas que son la muestra representativa de la población a investigar.

3.6. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Para la recopilación de información en el presente estudio, se hará uso de las fuentes primarias y de las fuentes secundarias.

3.6.1. FUENTES PRIMARIAS.

✓ *Encuesta.*

Para la recolección de información primaria se empleó la técnica de la encuesta, aplicando para ello el cuestionario como instrumento para recoger los datos necesarios, el mismo que está dirigido a los habitantes de la ciudad de Ibarra que padecen de diabetes, quienes aportaron con información de gran importancia para el desarrollo de este trabajo.

✓ *Entrevista.*

Otra técnica muy importante es la entrevista, que fue aplicada a las principales autoridades de salud de la ciudad de Ibarra, como son, el Director Provincial de Salud, Director del Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el Director del Hospital San Vicente de Paúl; a través de las cuales se obtuvo información valiosa para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

3.6.2. FUENTES SECUNDARIAS.

La información secundaria se obtendrá de:

- ✓ Libros.
- ✓ Artículos de periódicos.
- ✓ Textos especializados.
- ✓ Revistas.
- ✓ Internet.

3.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

3.7.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

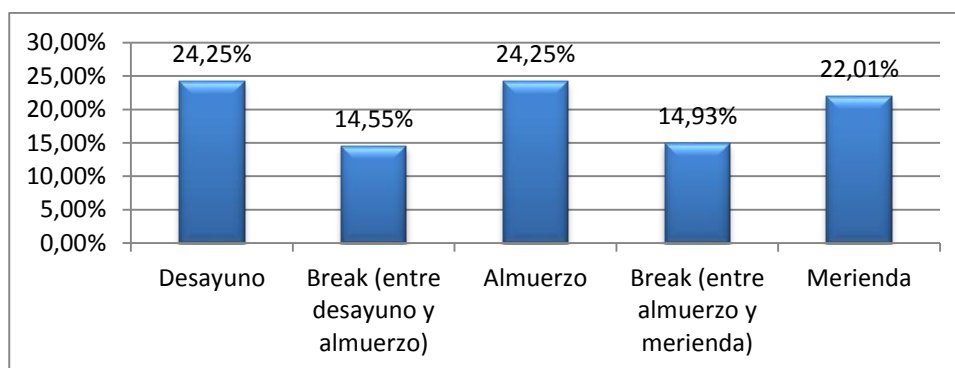
1) ¿Durante el transcurso del día, cuantas comidas se sirve usted?

Cuadro 13 Comidas que se sirve.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Desayuno	232	24,25
Break (entre desayuno y almuerzo)	139	14,55
Almuerzo	232	24,25
Break (entre almuerzo y merienda)	143	14,93
Merienda	211	22,01
Total	957	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 4 Comidas que se sirve.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Se puede apreciar que existe un mínimo de 139 personas con diabetes que consumen 5 comidas en el transcurso del día, lo cual favorece al proyecto, ya que

está encaminado a satisfacer las necesidades alimenticias de un diabético para que tenga una vida duradera y sin complicaciones.

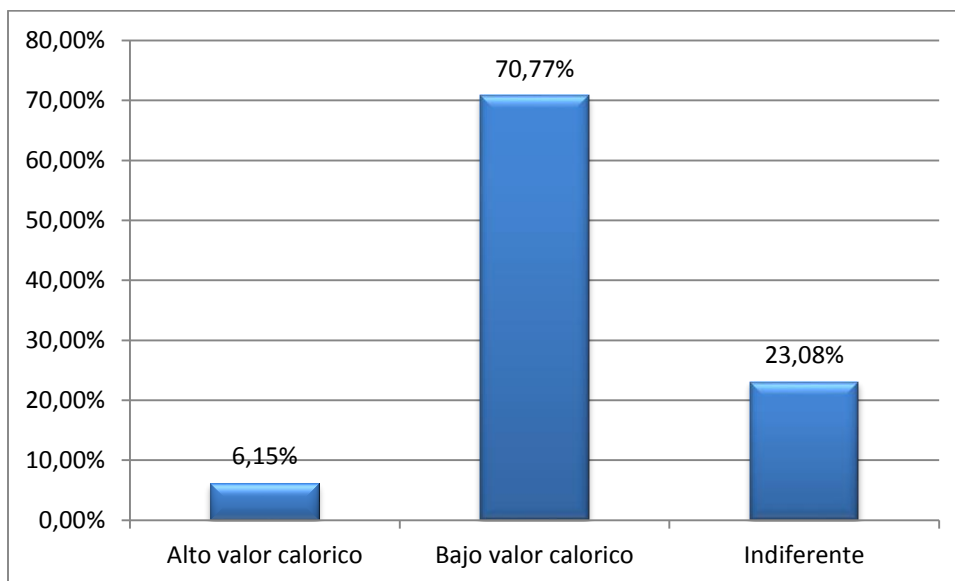
2) La comida que consume es de:

Cuadro 14 Valor calórico de las comidas que consume.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Alto valor calórico	14	6,15
Bajo valor calórico	164	70,77
Indiferente	54	23,08
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 5 Valor calórico de las comidas que consume.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

El porcentaje más alto refleja que los encuestados tienen un gran conocimiento de los alimentos en cuanto al valor calórico se refiere, ya que el indebido consumo les puede ocasionar complicaciones en su salud.

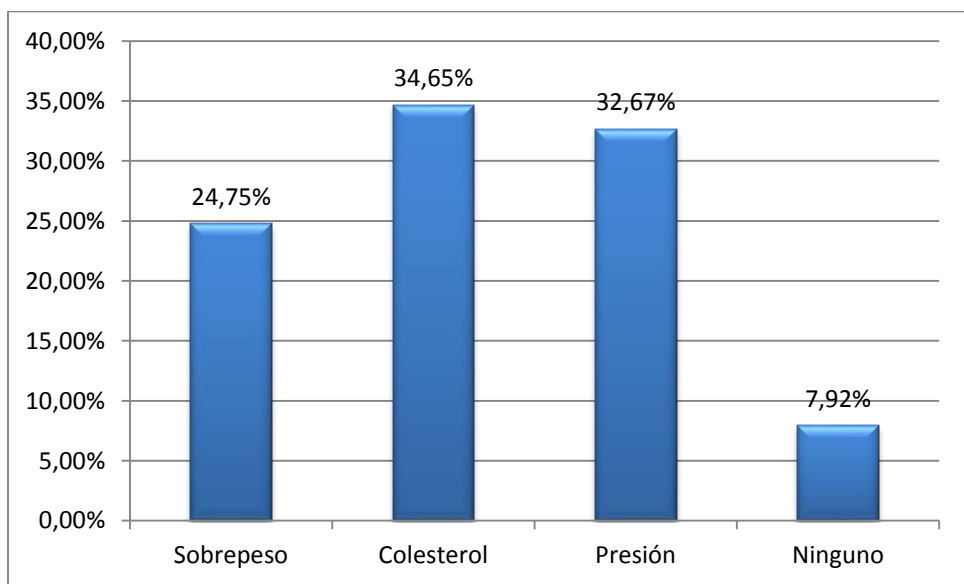
3) ¿Tiene usted algún problema de salud como:

Cuadro 15 Problemas de salud.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Sobrepeso	89	24,75
Colesterol	125	34,65
Presión	118	32,67
Ninguno	29	7,92
Total	360	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 6 Problemas de salud.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Los resultados indican que las personas encuestadas, en su mayoría, sufren otro problema de salud a parte de la diabetes como: el colesterol, la presión y el sobrepeso; esto demuestra que el cuidado en la alimentación es fundamental para todas las personas y aún más en diabéticos.

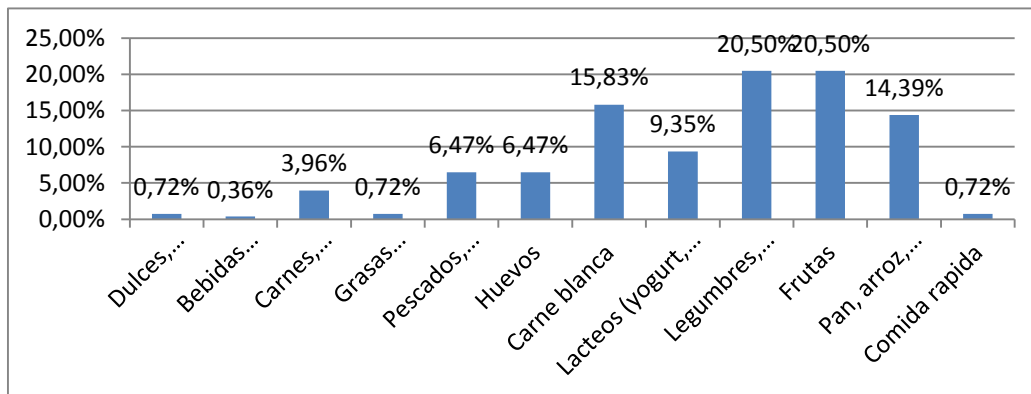
4) Coloque una (D) si los alimentos de la siguiente lista son consumidos a diario, ó coloque una (O) si son consumidos ocasionalmente:

Cuadro 16 Alimentos consumidos a diario.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Dulces, caramelos, pasteles	7	0,72
Bebidas alcohólicas	4	0,36
Carnes, embutidos	39	3,96
Grasas (margarinas, mantequillas)	7	0,72
Pescados, mariscos	64	6,47
Huevos	64	6,47
Carne blanca	157	15,83
Lácteos (yogurth, leche, queso)	93	9,35
Legumbres, verduras, hortalizas	203	20,50
Frutas	203	20,50
Pan, arroz, tallarín, harinas, cereales, papas	143	14,39
Comida rápida	7	0,72
Total	992	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 7 Alimentos consumidos a diario.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Los porcentajes obtenidos en cada una de las opciones dadas en cuanto a la alimentación diaria a consumir por parte de un diabético, permiten concluir que existe un aceptable conocimiento de los víveres aptos para el consumo en el segmento de mercado investigado; ya que las legumbres, verduras, hortalizas,

frutas, carnes blancas, cereales, suministran los nutrientes necesarios para que la persona con diabetes desarrolle sus actividades con normalidad.

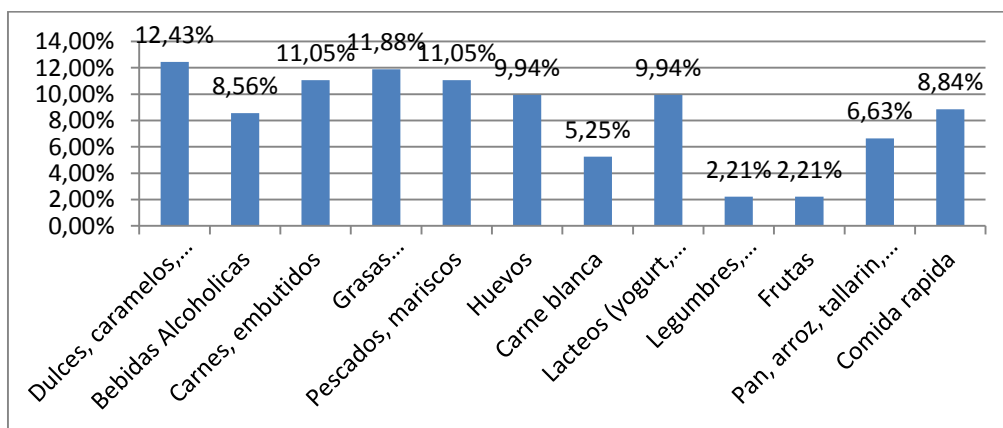
Cuadro 17 Alimentos consumidos ocasionalmente.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Dulces, caramelos, pasteles	161	12,43
Bebidas alcohólicas	111	8,56
Carnes, embutidos	143	11,05
Grasas (margarinas, mantequillas)	153	11,88
Pescados, mariscos	143	11,05
Huevos	128	9,94
Carne blanca	68	5,25
Lácteos (yogurth, leche, queso)	128	9,94
Legumbres, verduras, hortalizas	29	2,21
Frutas	29	2,21
Pan, arroz, tallarín, harinas, cereales, papas	86	6,63
Comida rápida	114	8,84
Total	1.292	100,00

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 8 Alimentos consumidos ocasionalmente.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos en este cuadro complementan los presentados en el que le precede, ya que muestran el porcentaje en que esos alimentos son consumidos por las personas diabéticas que no tienen un adecuado cuidado con su salud, por lo que crear una cultura alimentaria es uno de los compromisos adicionales que la empresa tendrá con los clientes.

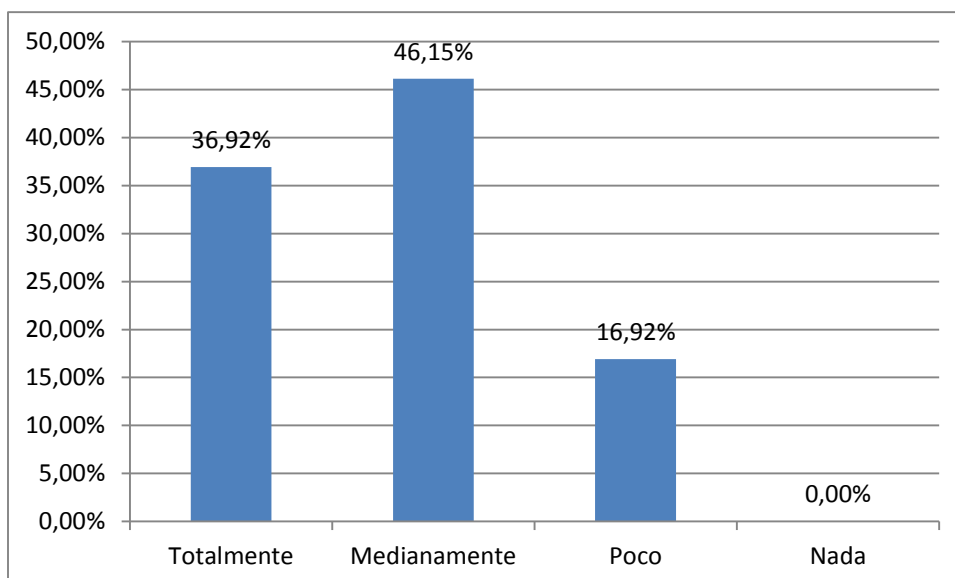
5) ¿Sabe usted lo que es la diabetes?

Cuadro 18 Nivel de conocimiento de la diabetes.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Totalmente	86	36,92
Medianamente	107	46,15
Poco	39	16,92
Nada	0	0,00
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 9 Nivel de conocimiento de la diabetes.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

La gran mayoría de los encuestados demuestran tener un buen conocimiento en cuanto a lo que es la diabetes, pero también indica que hay un cierto porcentaje de ignorancia, el cual puede afectar en cierto modo a su salud, por lo que la asesoría que se brinde puede ayudar a mejorar éste indicador.

6) ¿Conoce personas con diabetes?

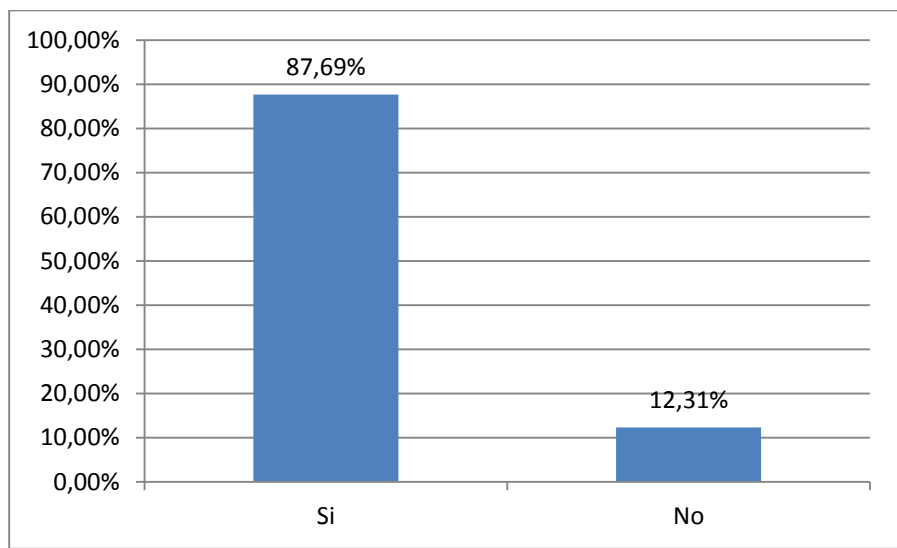
Cuadro 19 Conocimiento de otras personas con diabetes.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Si	203	87,69
No	29	12,31
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 10 Conocimiento de otras personas con diabetes.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Con respecto a esta pregunta, un significativo porcentaje de diabéticos señalan que conocen a otras personas que padezcan ésta enfermedad; debido principalmente a que asisten a diferentes programas de ayuda que son organizados por entidades de salud del sector público, con el afán de mejorar su calidad de vida.

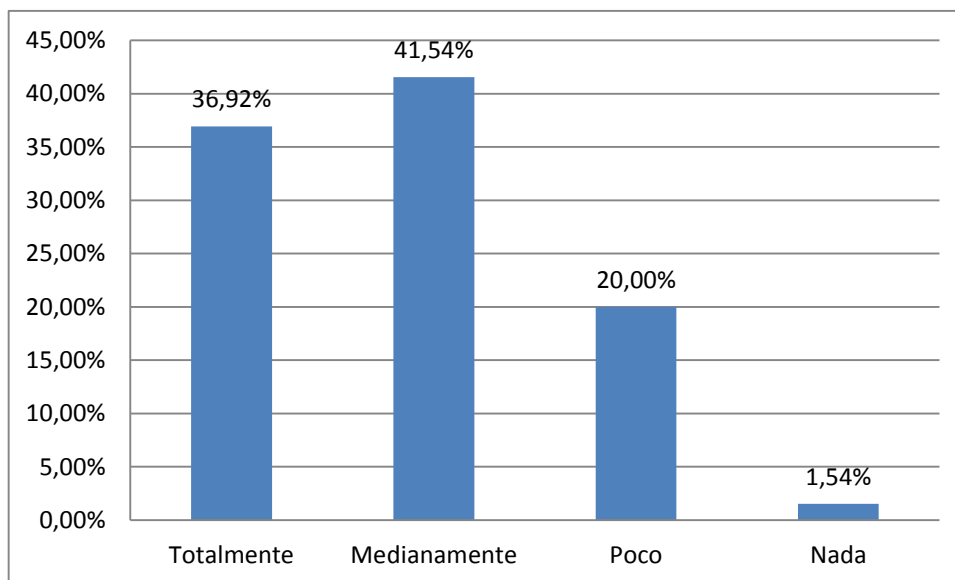
7) ¿Conoce las complicaciones de salud que ocasiona la diabetes?

Cuadro 20 Conocimiento de las complicaciones de salud por la diabetes.

VARIABLES	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Totalmente	86	36,92
Medianamente	96	41,54
Poco	46	20,00
Nada	4	1,54
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 11 Conocimiento de las complicaciones de salud por la diabetes.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Un gran porcentaje de personas con diabetes indican tener conocimiento de las complicaciones de salud que ocasiona esta enfermedad, pero aún existen individuos que conocen poco sobre los problemas que acarrea éste mal, por lo que es necesario brindar continuamente información que coadyuve a mejorar el estilo de vida.

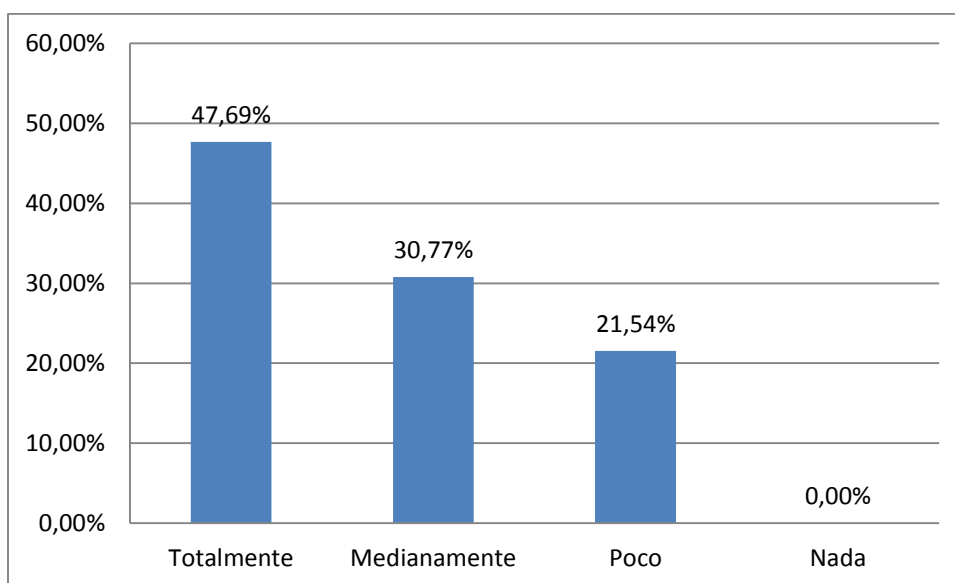
8) ¿Conoce los cuidados que una persona diabética debe tener?

Cuadro 21 Conocimiento sobre los cuidados para personas diabéticas.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Totalmente	111	47,69
Medianamente	71	30,77
Poco	50	21,54
Nada	0	0,00
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 12 Conocimiento sobre los cuidados para personas diabéticas.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Casi la mitad de las personas encuestadas tiene conocimiento total sobre los cuidados en su salud, pero existe un porcentaje considerable que conocen en parte y casi nada, por lo que la ayuda que se pueda brindar en temas de asesoramiento será muy importante, con lo que se logra un beneficio mutuo.

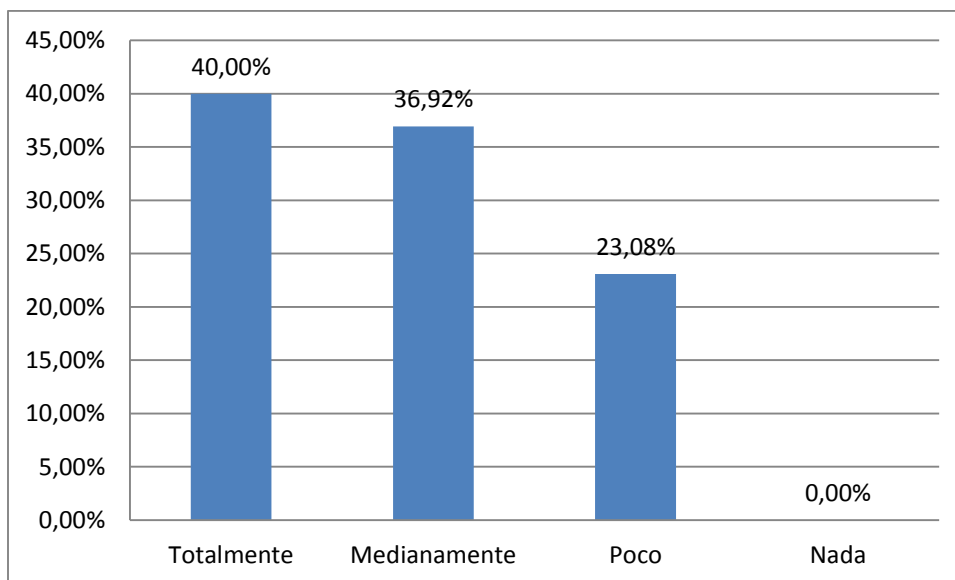
9) ¿Conoce que alimentos debe consumir una persona diabética?

Cuadro 22 Conocimiento de alimentos a consumir.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Totalmente	93	40,00
Medianamente	86	36,92
Poco	53	23,08
Nada	0	0,00
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 13 Conocimiento de alimentos a consumir.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Con respecto a esta pregunta, se puede concluir que todas las personas con diabetes cuentan al menos un poco de información en lo que respecta a la alimentación que debe consumir, ya que manifiestan su preocupación sobre las consecuencias que les puede acarrear consumir cualquier alimento y en cantidades no adecuadas.

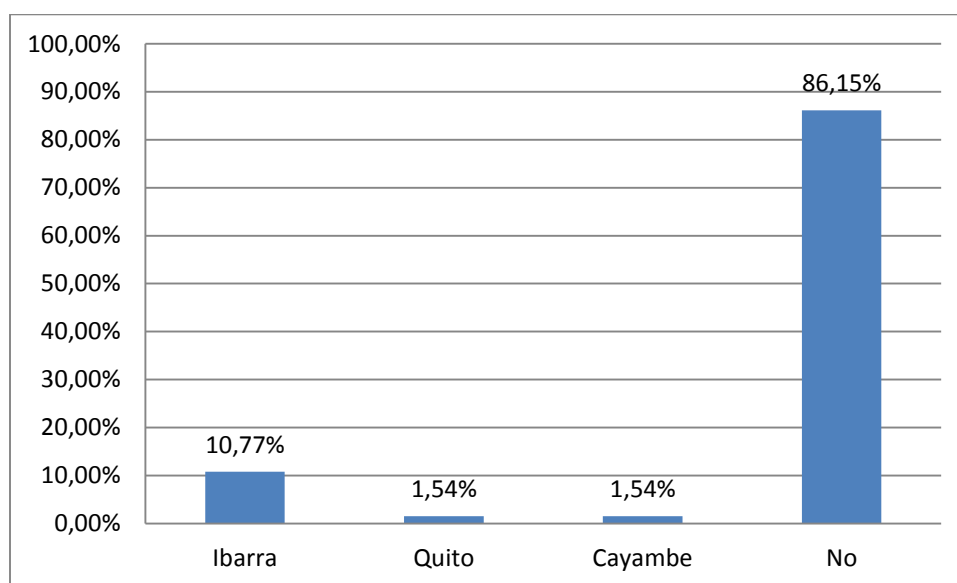
10) ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a expender alimentación para diabéticos? Si responde si, indique el lugar donde se encuentra ubicado.

Cuadro 23 Conocimiento de lugares donde se expende alimentos para diabéticos.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Ibarra	24	10,77
Quito	4	1,54
Cayambe	4	1,54
No	200	86,15
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 14 Conocimiento de lugares donde se expende alimentos para diabéticos.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Los diabéticos en su mayoría manifiestan no conocer un lugar donde se expenda alimentos exclusivamente para su consumo; señalan que tratan de cuidar su alimentación acudiendo a sitios vegetarianos, ya que desean reducir el riesgo de cualquier complicación en la salud.

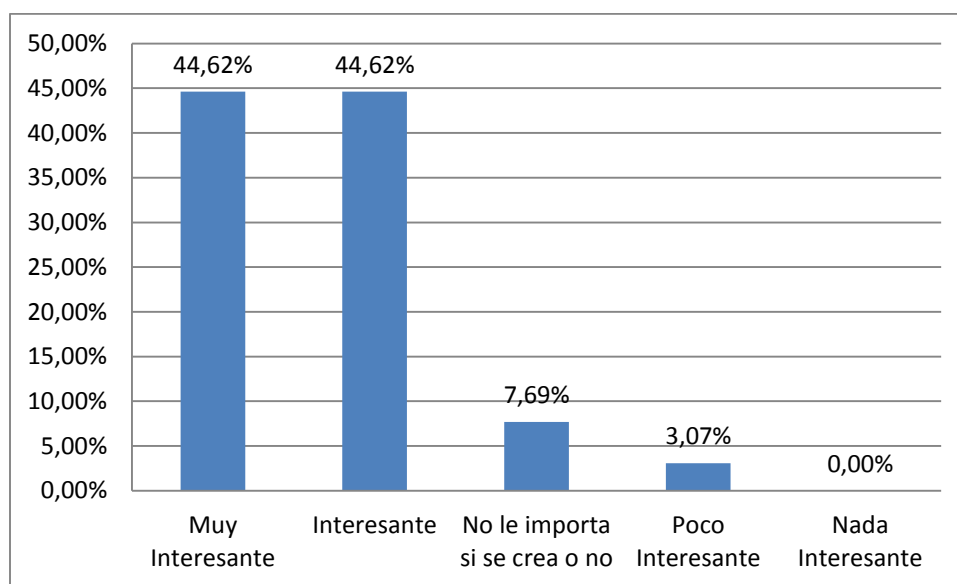
11) La creación de una empresa de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra le parece:

Cuadro 24 Aceptación de la empresa.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Muy interesante	104	44,62
Interesante	104	44,62
No le importa si se crea o no	18	7,69
Poco interesante	6	3,07
Nada interesante	0	0,00
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 15 Aceptación de la empresa.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

La creación de una empresa de menús a domicilio para diabéticos tiene un gran nivel de aceptación, ya que no solo contribuirá a mejorar la calidad de vida de los clientes, sino también constituirá una fuente de empleo.

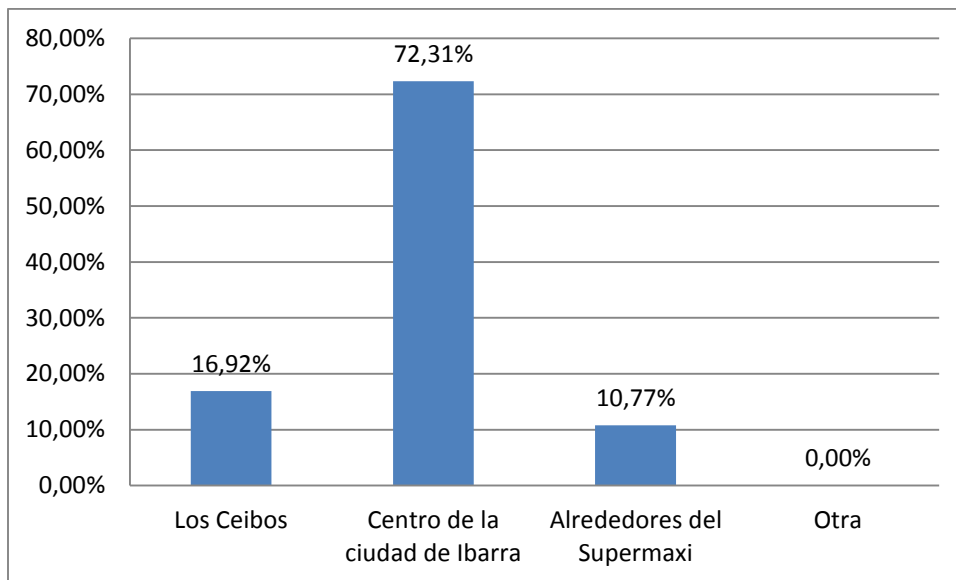
12) Considera que la mejor ubicación para la empresa sería:

Cuadro 25 Ubicación de la empresa.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Los Ceibos	39	16,92
Centro de la ciudad de Ibarra	168	72,31
Alrededores del supermaxi	25	10,77
Otra	0	0,00
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 16 Ubicación de la empresa



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Un gran porcentaje del segmento de mercado considera al centro de la ciudad de Ibarra como el lugar propicio para ubicar a la empresa, ya que desde éste sitio se puede llegar con mayor rapidez a cada uno de los destinos, al considerarse como estratégico.

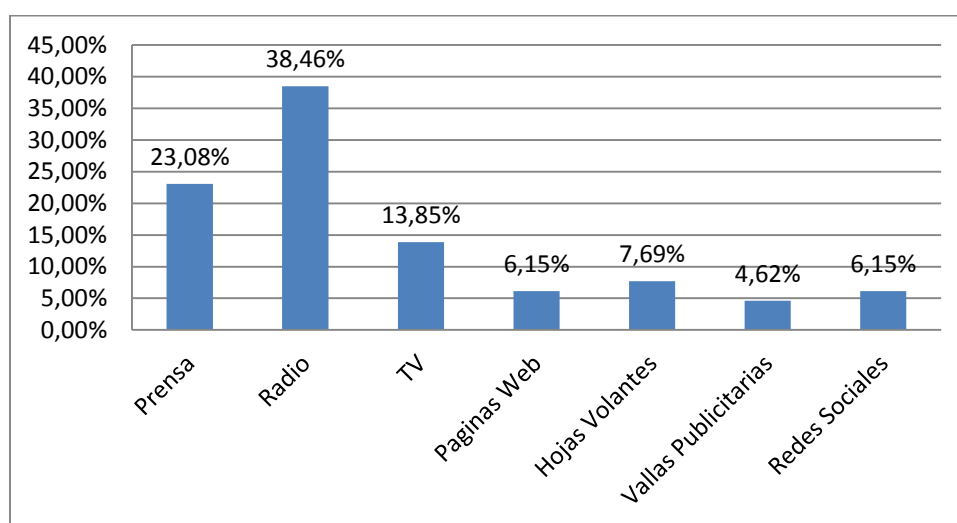
13) ¿Qué medio publicitario le parece mejor para dar a conocer un producto?; de la siguiente lista marque una opción:

Cuadro 26 Preferencia de medios publicitarios.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Prensa	54	23,08
Radio	89	38,46
TV	32	13,85
Páginas web	14	6,15
Hojas volantes	18	7,69
Vallas publicitarias	11	4,62
Redes sociales	14	6,15
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 17 Preferencia de medios publicitarios.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos arrojan que el medio publicitario de mayor preferencia por los diabéticos es la radio, secundada por la prensa; ya que consideran éstos como las vías propicias para la divulgación del producto por las ventajas que ofrece cada uno.

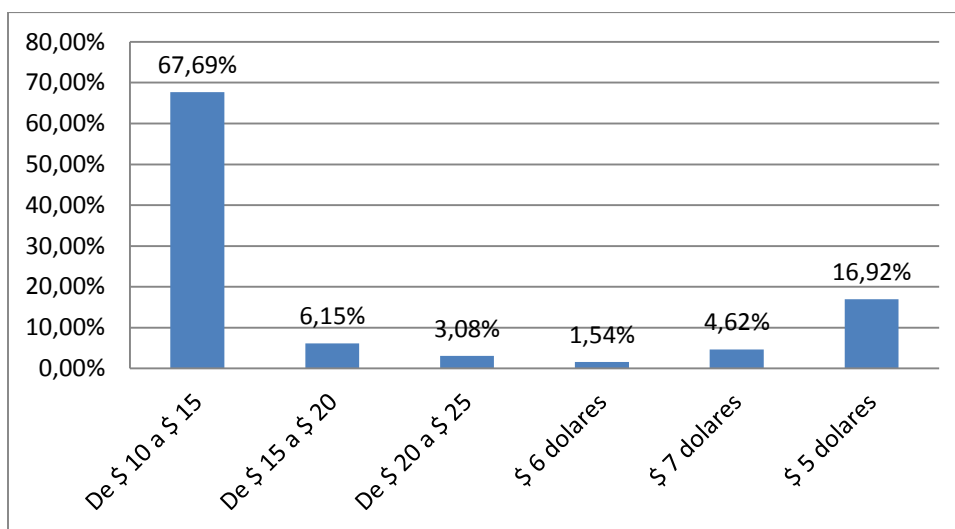
14) De acuerdo a su criterio, elija el precio que estaría dispuesto a pagar por un menú diario el cual está comprendido por cinco comidas:

Cuadro 27 Preferencias en el precio.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
De \$ 10 a \$ 15	157	67,69
De \$ 15 a \$ 20	14	6,15
De \$ 21 a \$ 25	7	3,08
\$ 6 dólares	4	1,54
\$ 7 dólares	11	4,62
\$ 5 dólares	39	16,92
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 18 Preferencias en el precio.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos, un importante porcentaje considera el rango de entre 10 a 15 dólares como el precio que están dispuestos a pagar por el producto y servicio que ofrece la empresa.

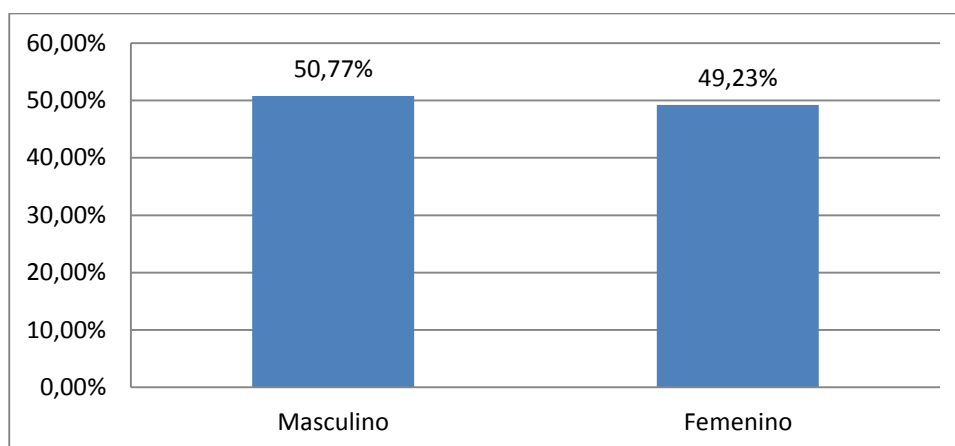
DATOS TÉCNICOS.

Cuadro 28 Género.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Masculino	118	50,77
Femenino	114	49,23
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 19 Género.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

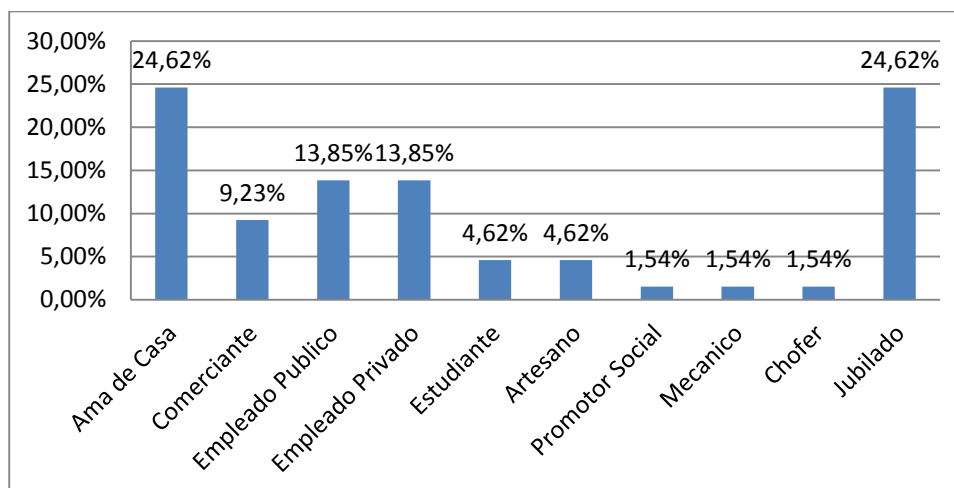
Los resultados indican que la diabetes afecta casi en porcentajes similares a hombres y mujeres, esto permite tener una opinión que refleja el pensamiento de los dos géneros.

Cuadro 29 Ocupación.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Ama de casa	57	24,62
Comerciante	21	9,23
Empleado público	32	13,85
Empleado privado	32	13,85
Estudiante	11	4,62
Artesano	11	4,62
Promotor social	4	1,54
Mecánico	4	1,54
Chofer	4	1,54
Jubilado	57	24,62
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 20 Ocupación.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

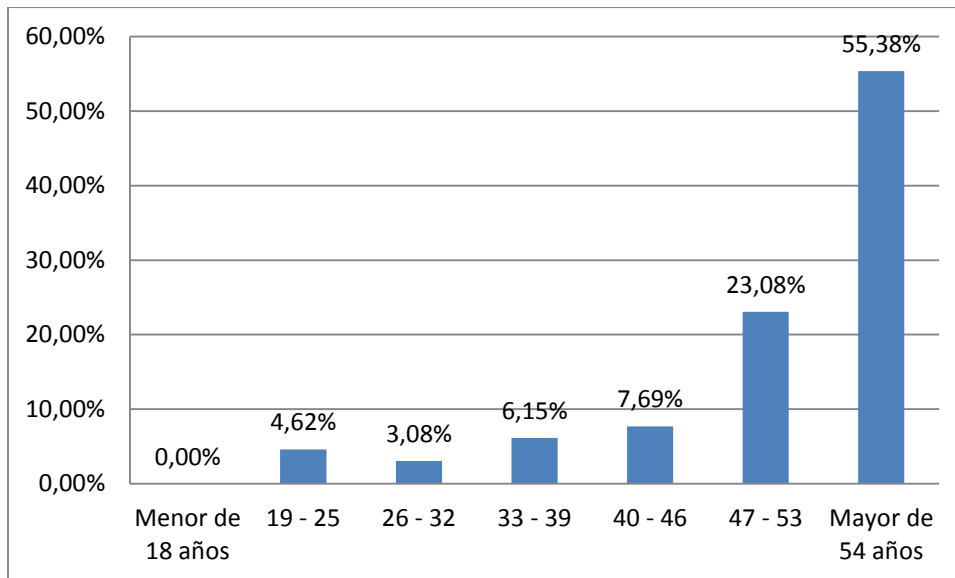
El presente estudio de investigación muestra que la mayor cantidad de personas diabéticas son los jubilados y las amas de casa, lo cual permite concluir el padecimiento de una diabetes generada (conocida como Diabetes Mellitus tipo II) en la que la insulina producida por el organismo no es suficiente, o a su vez, no es bien aprovechada por éste. Además refleja al servicio a domicilio como un pilar fundamental para el desarrollo de la empresa.

Cuadro 30 Edad.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Menor de 18 años	0	0,00
19 - 25	11	4,62
26 - 32	7	3,08
33 - 39	14	6,15
40 - 46	18	7,69
47 - 53	54	23,08
Mayor de 54 años	128	55,38
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 21 Edad.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

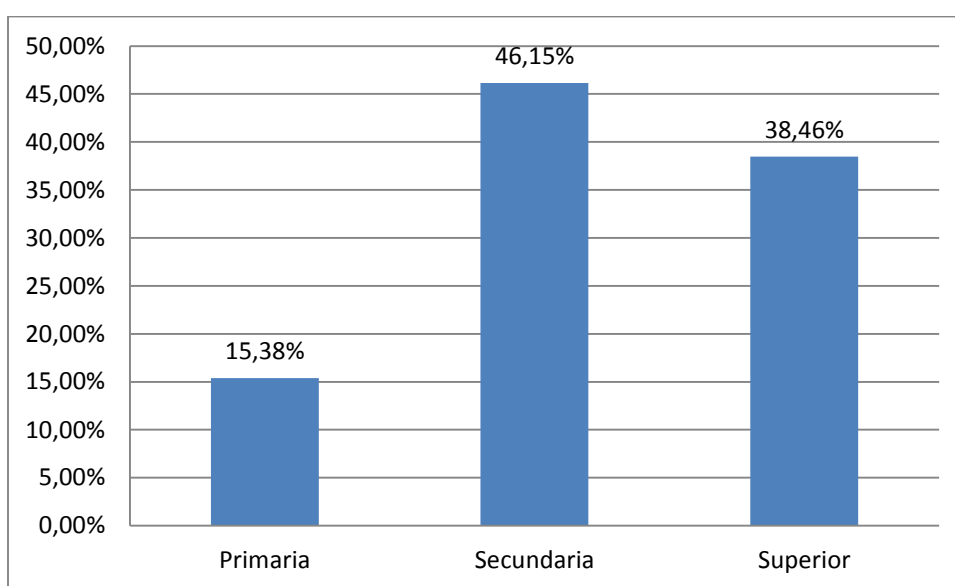
Los resultados obtenidos permiten determinar que más de la mitad de las personas con diabetes se encuentran sobre los 54 años de edad, con lo que se concluye que las personas en gran porcentaje desarrollan la diabetes principalmente por el estilo de vida que llevan.

Cuadro 31 Nivel de instrucción.

Variables	Frecuencia de Observación	Porcentaje (%)
Primaria	36	15,38
Secundaria	107	46,15
Superior	89	38,46
Total	232	100,00

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 22 Nivel de instrucción.



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Los Autores.

ANÁLISIS:

En su mayoría las personas con diabetes han alcanzado la secundaria como máximo nivel de instrucción, por lo que éste indicador complementa los resultados obtenidos en las preguntas que le anteceden.

3.8. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRÍZ AOOD.

Cuadro 32 Matriz AOOD.

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> a) Los menús para diabéticos son indispensables en éste segmento de mercado. b) Asesoramiento permanente por parte de la nutricionista en la elaboración de los menús para diabéticos. c) Profesionales especializados en gastronomía. d) Precio acorde a la competencia. e) Mano de obra calificada. f) Las actividades administrativas, productivas y de comercialización, serán realizadas por personal con conocimiento en el área. g) Infraestructura adecuada. h) Servicio a domicilio. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Falta de aprovechamiento de la materia prima. b) Productos perecederos. c) Los beneficios económicos no son inmediatos. d) Inestabilidad de mano de obra.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Clubs de diabéticos. b) Inexistencia de locales o empresas dedicadas exclusivamente a la producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos. c) Es un mercado potencial, puesto que aún no está saturado. d) En la actualidad, la población opta como una nueva opción la alimentación saludable, natural y sin la presencia de químicos. e) Demanda en crecimiento. f) Existencia de demanda insatisfecha. g) Crédito por parte de instituciones financieras para el fomento comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Competencia de productos sustitutos. b) Situación económica del país. c) Falta de proveedores. d) Inexperiencia en el mercado. e) Precios inestables en el mercado. f) El tráfico en la ciudad de Ibarra. g) Incremento del número de competidores en el mercado.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Los Autores.

3.9. PRODUCTO.

El producto que ofrecerá la empresa a constituirse serán los menús para diabéticos comprendidos por 5 comidas diarias, los mismos que estarán bajo el asesoramiento de la nutricionista y serán elaborados a base de frutas frescas, harinas y cereales integrales, granos, verduras y hortalizas de alta calidad, complementándolos con el uso de edulcorantes para que cada uno de ellos posea un agradable sabor; todo esto con el objetivo primordial de ayudar a mantener al paciente diabético una dieta equilibrada.

La idea principal de ofrecer los menús a personas diabéticas, es que puedan consumir los alimentos sabiendo cuáles, cuándo, cuánto, de qué manera y con qué frecuencia; es por eso que se contará con la nutricionista, quien asesorará en la preparación de dichos menús.

3.9.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.

La empresa elaborará menús que sean saludables y nutricionales para la persona diabética, entre sus características principales tenemos las siguientes:

- ✓ Representan una fuente de calcio ayudando a mejorar las defensas.
- ✓ Bajos en carbohidratos, colesterol y grasas.
- ✓ Con vitaminas (provenientes de ciertas frutas) que ayudan a facilitar los procesos digestivos, refuerzan el sistema inmunológico, no contienen grasas y aportan azúcares simples que ayudan al cuerpo a generar calorías sanamente.
- ✓ No engordan, porque no aportan grasas y azúcares, sino más bien, brindan energía.
- ✓ Disminuyen la glucosa en la sangre.
- ✓ Protegen el corazón, y los intestinos en su funcionamiento.
- ✓ Entre los nutrientes que más aportan son la vitamina E, complejo vitamínico B, y minerales como selenio, zinc, cobre, hierro, magnesio y fósforo; además de proteínas e hidratos de carbono.

3.9.2. ALIMENTOS APTOS PARA EL CONSUMO DE LOS DIABÉTICOS.

Los menús que se prepararán para las personas diabéticas serán en base de alimentos nutritivos y especializados para este tipo de población, escogidos bajo un criterio profesional; a continuación presentamos una lista de los alimentos que se utilizarán en la preparación de los menús.

✓ **Lácteos.**

Los lácteos que se utilizarán deben ser descremados, tales como: la leche el yogurt y el queso; no obstante se puede consumir también los que sean semidescremados pero en forma limitada (2 a 3 veces por semana).

Los lácteos descremados ayudan a restablecer la flora bacteriana, reducen los valores de colesterol sanguíneo; pues los lácteos descremados bajan los niveles de colesterol en la sangre, aportan con calcio, fosforo, magnesio, vitamina B, C y D, ayudando al diabético a mantener un peso adecuado.

✓ **Carnes.**

Para las personas que padecen de diabetes, es de preferencia y recomendable el consumo de carnes blancas sin piel, como pueden ser la carne de pollo, la de pavo, puesto que éstas poseen un bajo contenido de grasa y colesterol (dependiendo de la parte que se elija para la alimentación).

Éste tipo de carnes aportan con vitaminas, en especial la B, proteínas y minerales, las cuales ayudan a evitar la aparición de enfermedades cardiovasculares. En cuanto a las carnes rojas, su consumo debe ser limitado porque contienen elevados niveles de grasa, colesterol y calorías.

✓ **Verduras y hortalizas.**

Los alimentos de origen vegetal son ricos en agua, hidratos de carbono y fibra, es decir que tienen un gran valor alimentario, es por eso que las personas deberían consumir verduras y hortalizas, ya sea en ensaladas o en sopas.

Dentro de este grupo tenemos lo que es lechuga, acelga, berro, espinaca, coliflor, espárragos, cebolla, pimientos, hojas de nabo, perejil, zanahoria, tomate, entre otros que sean aptos para el consumo de personas diabéticas.

En el caso de la cebolla, a más de tener vitaminas y sales minerales, contienen una hormona vegetal que actúa de manera similar a la insulina.

✓ **Frutas.**

Las frutas se componen por un 90% de agua, convirtiéndolas en un hidratante por excelencia, y el 10% restante está compuesto por hidratos de carbono, ácidos orgánicos, vitaminas, fibra y sales minerales.

El consumo de frutas es muy importante, puesto que mejoran el funcionamiento del metabolismo y de nuestro organismo en general. Afectan a los procesos de envejecimiento, rejuveneciendo e hidratando nuestra piel y órganos vitales, procuran valiosas sales al organismo, benefician a la belleza del cuerpo, y muy especialmente la de la piel.

Entre las frutas tenemos, la naranja, pera, manzana, el melón, mandarina, ciruela, fresas, duraznos, limón, kiwi, melocotón, albaricoque, pepino, granadilla, moras, sandía, papaya, entre otras.

Las chirimoyas, guanábana, plátanos se deben consumir con moderación, porque contienen elevados niveles de azúcar que harían que el nivel de la glucosa aumente, es por eso, que no es recomendable su consumo en grandes cantidades, puesto que pueden empeorar la situación.

✓ **Cereales.**

En éste grupo alimenticio tenemos lo que es el pan integral, avena, morocho, chuchuca, arroz de cebada, harinas integrales, entre otras opciones de uso exclusivo para personas diabéticas.

Los cereales contribuyen con vitaminas, minerales, fibra, fosforo y zinc; que ayudan a reducir los niveles de colesterol alto, protegen el corazón, disminuyen la glucosa en la sangre; por lo tanto previenen enfermedades cardiacas y ciertos tipos de cáncer.

✓ ***Aceites y grasas.***

Para la preparación de los menús se utilizará aceites como el de oliva, de girasol o de maíz, que son los adecuados para el consumo de las personas que padecen diabetes, puesto que éstos son bajos en colesterol y grasas, de ésta forma se contribuye a mantener un plan alimenticio equilibrado en el paciente.

✓ ***Tubérculos.***

En este grupo encontramos lo que es las papas, camote, yuca, ocas, mellocos, zanahoria blanca.

Éstos alimentos deben ser consumidos de manera moderada o limitada (2 a 3 veces por semana) porque representan grandes fuentes de carbohidratos, lo que hace que su consumo excesivo perjudique la salud de la persona diabética.

✓ ***Granos tiernos y secos.***

Los granos tiernos y secos constituyen una fuente de proteína vegetal; los granos tiernos pueden ser consumidos en la cantidad que deseen, mientras que los granos secos son de consumo limitado (2 a 3 veces por semana).

Tipos de granos tiernos y secos son el haba, arveja, choclo, frejol, entre otros.

✓ ***Bebidas.***

Las personas que padecen de diabetes pueden consumir bebidas como agua, infusiones no azucaradas, té verde, jugos de fruta, coladas de fruta, yogurt natural descremado. El consumo de café debe ser limitado.

Se debe evitar el consumo de bebidas con chocolates y refrescos azucarados, así como también bebidas alcohólicas (cerveza, vinos dulces, entre otros).

3.9.3. MENÚ PARA DIABÉTICOS.

Los menús a prepararse serán bajo la asesoría de la nutricionista, pues será quien recomiende qué tipo de alimentos puede consumir la persona diabética.

Cabe recalcar que los menús serán variados en cuanto a su composición, esto para que los clientes puedan degustar de diferentes comidas, logrando en ellos la satisfacción de su paladar. A continuación indicaremos la composición de un menú diario con 5 tipos de comida.

✓ ***Modelo de menú.***

Desayuno.

Una porción de fruta (sandía).

Un vaso de batido de tomate de árbol.

Una taza de agua aromática.

Tres tostaditas de dieta.

Refrigerio A.M.

Una taza de melón picado.

Media taza de yogurt de dieta.

Almuerzo.

Medio plato de crema de brócoli.

Un filete de lomo a la plancha.

Media taza de puré de zanahoria blanca.

Una taza de ensalada de col verde y pimiento rojo y amarillo.

Media taza de mellocos guisados.

Un vaso grande de jugo de guanábana.

Refrigerio P.M.

Una taza de colada de manzana.

Merienda.

Una taza de consume de celestino.

Un filete de tilapia al vapor.

Una taza de ensalada de brócoli y zanahoria amarilla.

Tres rebanadas de tomate a la vinagreta.

Una taza de té adelgazante.

3.10. SERVICIO.

3.10.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.

La presente propuesta sostiene la creación de una empresa concebida para la producción y comercialización de una dieta diaria para diabéticos puesta a disposición en su domicilio. El menú será elaborado bajo el asesoramiento de un profesional en nutrición, además del talento humano adecuado y necesario que cumpla todas las normas de higiene y procedimientos de fabricación, para ofrecer un producto de calidad que cubra y supere las expectativas de los clientes.

Lo expuesto anteriormente se logrará a través del valor agregado que se dé tanto al producto como al servicio, además de la aplicación de las políticas y valores establecidas por la empresa; y se sustenta en el alto nivel de aceptación que indica la población investigada, ya que la gran mayoría muestra no conocer un lugar dedicado exclusivamente al expendio de alimentos para diabéticos y menos aún a domicilio.

3.11. SEGMENTO DE MERCADO.

El segmento de mercado del proyecto representan las personas comprendidas entre el niño, joven, adulto y adulto mayor que sean diagnosticadas con diabetes y que deseen llevar una dieta equilibrada para mejorar su estilo de vida y salud.

A continuación se presenta los criterios empleados para determinar el segmento de mercado:

Cuadro 33 Criterios para la segmentación de mercado.

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
<u>Geográficos</u>	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Sector	Norte, centro y sur
<u>Demográficos</u>	
Edad	Niño, joven, adulto, adulto mayor
Género	Masculino, femenino
<u>Psicográficas</u>	
Clase Social	Baja, media, alta
<u>Conductuales</u>	
Estado de Salud	Diabético
	Mantener un plan alimenticio nutricional, saludable y equilibrado

Fuente: Diagnóstico Situacional.
Elaborado por: Los Autores.

3.12. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para el presente estudio, la demanda está compuesta por las personas diabéticas que demuestran interés en la creación de una empresa de menús a domicilio. Ésto se determina a través del resultado obtenido en las encuestas aplicadas, derivando un dato altamente significativo a favor del proyecto. (Pregunta N°11, Encuesta)

Tomando en cuenta que durante la investigación realizada solo se pudo obtener los datos estadísticos de personas con diabetes en la ciudad de Ibarra desde el 2.006 al 2.010, se procedió a realizar la proyección al 2.013 para encontrar la población a investigar la cual asciende a 663 personas; en el cálculo de este dato se obtuvo previamente una tasa de crecimiento del 14,07% promedio en la ciudad.

La información obtenida de los cálculos anteriormente realizados servirá como base para poder proyectar la demanda futura.

3.12.1. DEMANDA ACTUAL.

La demanda actual para la empresa se estableció de la siguiente manera: del total de la población diabética de Ibarra el 89,24% están interesados en adquirir el servicio de la empresa, así lo revela la investigación de campo realizada a través de las encuestas. En el siguiente cuadro se indica los resultados obtenidos.

Cuadro 34 Personas diabéticas interesadas.

Año	Demanda Aparente de Personas Diabéticas	Interesados en Adquirir los Menús (89,24%)
2.013	663	592

Fuente: Anuario de Egresos Hospitalarios (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

El cuadro anterior indica que 592 personas diabéticas están interesadas en adquirir el servicio que brindará la futura empresa de menús a domicilio para diabéticos en el 2.013. Tomando en cuenta este dato se puede establecer el número de menús que se demandan en el año, esto se muestra a continuación:

Cuadro 35 Demanda actual en unidades menús año 2.013.

Año	Interesados en Adquirir los Menús	Número de Menús por Día	Número de Días en la Semana	Número de Semanas en el Mes	Número de Meses en el Año	Demanda Total de Menús
2.013	592	1	5	4	12	142.080

Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Los Autores.

3.12.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Para obtener la demanda futura se aplicó la tasa de crecimiento de las personas con diabetes en la ciudad de Ibarra y la demanda total de menús en el año 2.013 obtenidas anteriormente, usándose la siguiente fórmula.

$$Dp = Da(1 + i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda proyectada.

D_a = Demanda actual.

i = Tasa de crecimiento.

n = Año proyectado.

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo los siguientes resultados.

Cuadro 36 Proyección de la demanda en unidades menús.

Año	Demanda Proyectada
2.014	162.072
2.015	184.878
2.016	210.892
2.017	240.567
2.018	274.418

Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Los Autores.

3.13. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

La oferta está compuesta por el número de empresas que ofrecen un producto y servicio igual al propuesto en el proyecto.

Según la investigación de campo realizada en la ciudad de Ibarra, se encontró que existe un oferente en la preparación de comida para diabéticos. Este establecimiento cuyo nombre es “La Fonda del Negro” constituye la competencia directa del negocio.

3.13.1. OFERTA ACTUAL.

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación, la oferta actual de menús para diabéticos de la ciudad de Ibarra se visualiza en el siguiente cuadro:

Cuadro 37 Oferta actual de menús para diabéticos.

Establecimiento	Oferta Diaria de Menús	Número de Días en la Semana	Número de Semanas en el Mes	Número de Meses en el Año	Oferta Anual
La Fonda del Negro	50	5	4	12	12.000

Fuente: Entrevista.
Elaborado por: Los Autores.

3.13.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se usará la tasa de crecimiento de las personas con diabetes en la ciudad de Ibarra y la oferta del 2.013 obtenidas anteriormente, empleando la siguiente fórmula:

$$Op = Oa(1 + i)^n$$

Dónde:

Op= Oferta proyectada

Oa= Oferta actual

1= Valor constante

i= Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Cuadro 38 Proyección de la oferta en unidades menús.

Año	Oferta Futura
2.014	13.689
2.015	15.615
2.016	17.812
2.017	20.318
2.018	23.177

Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Los Autores.

3.14. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.

En ésta parte se realiza una comparación entre la demanda y la oferta para determinar se existe mercado para el servicio propuesto por el proyecto.

Cuadro 39 Demanda insatisfecha.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2.014	162.072	13.689	148.383
2.015	184.878	15.615	169.263
2.016	210.892	17.812	193.080
2.017	240.567	20.318	220.249
2.018	274.418	23.177	251.241

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Los Autores.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, existe suficiente mercado donde competir con la futura empresa.

3.15. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO.

Una vez establecida la demanda insatisfecha, se determina que la empresa estará en capacidad de producir y cubrir el 10% de la misma en cada año, tal como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 40 Demanda a captar por el proyecto.

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda a Captar por el Proyecto
2.014	148.383	14.838
2.015	169.263	16.926
2.016	193.080	19.308
2.017	220.249	22.025
2.018	251.241	25.124

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Los Autores.

3.16. DETERMINACIÓN DE PRECIOS.

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio del menú diario se determinó en un promedio de \$12,50 en el año 2.013; ya que el 67,69% de las personas diabéticas estarían dispuestas a pagar el valor comprendido entre \$10 y \$15.

Para establecer el precio de éste tipo de menús se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar, considerando un margen de utilidad que permita a la empresa seguir produciendo y solventando las expectativas planteadas.

3.16.1. PROYECCIÓN DE PRECIOS.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país, que para el año 2.012 fue del 4,16% como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 41 Proyección de precios.

Año	Precio	Inflación	Incremento del Precio
2.013	12,50	4,16%	
2.014	13,02	4,16%	0,52
2.015	13,56	4,16%	0,54
2.016	14,13	4,16%	0,57
2.017	14,71	4,16%	0,58
2.018	15,33	4,16%	0,62

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).
Elaborado por: Los Autores.

3.17. COMERCIALIZACIÓN.

El marketing como herramienta de mercadeo que se utiliza hoy en día, hace que se necesite visualizar las estrategias de una buena comercialización basada en el precio, producto, promoción, plaza, distribución; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes.

3.17.1. ESTRATEGIA DE PRECIO.

El precio final que se cobrará al cliente por la prestación del producto y servicio será el que se obtuvo en la encuesta aplicada, donde, el 67,69% de la población investigada muestra su interés por pagar el valor comprendido entre \$10 y \$15 dólares. En vista de esto, la empresa ha establecido como precio de venta el valor de \$12,50; cuantía apta que cubrirá los costos y gastos a incurrir por la empresa, así como también permitirá obtener una utilidad.

3.17.2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y SERVICIO.

El producto y servicio que prestará la empresa se caracterizará por el valor agregado que se brindará al cliente, el cual constituye la asesoría nutricional del cliente y el servicio a domicilio; puntos con los que se espera en primera instancia cumplir con las expectativas de los clientes con calidad, responsabilidad, seguridad, confiabilidad, puntualidad; lo cual constituye una ventaja en relación a nuestra competencia directa e indirecta existente en Ibarra. Se utilizará un uniforme distintivo de la empresa lo cual ayudará a que se brinde seguridad a los clientes al estar respaldado el servicio por una marca.

3.17.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

La publicidad es la herramienta que ayuda a que una empresa se posicione en el mercado, buscando influir en el público; y sirve para informar, convencer y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o su venta.

Para dar a conocer a la empresa, las características y beneficios del producto que se oferta, se utilizará el medio publicitario más aceptado por la población investigada de acuerdo a la aplicación de las encuestas; por lo que en éste proyecto como publicidad se tomará en cuenta las cuñas publicitarias en radios de estaciones locales (38,46% de aceptación), en donde se dé a conocer el producto/servicio que presta la empresa, la dirección, las formas de contacto, el valor agregado; con lo que se espera posicionarse en la mente de quienes la escuchen.

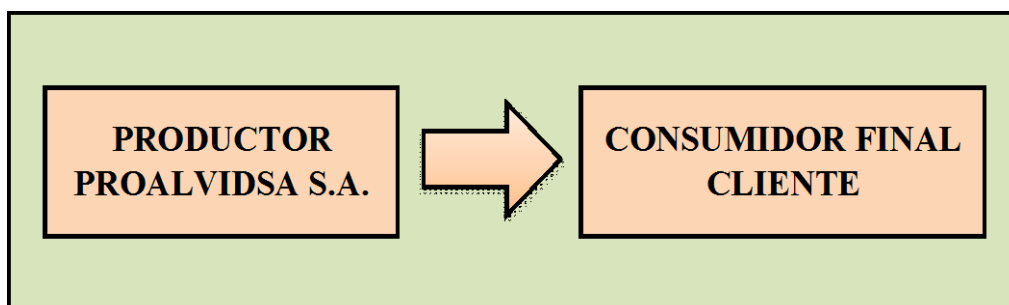
3.17.4. ESTRATEGIA DE PLAZA.

El segmento de mercado para éste proyecto que en su mayoría son amas de casa y jubilados sobre los 54 años de edad opinan que la mejor ubicación para la empresa es en el centro de la ciudad de Ibarra, ya que al ser un punto equidistante, se puede llegar con mayor rapidez y puntualidad a las viviendas de los clientes.

3.17.5. ANÁLISIS DE DISTRIBUCIÓN.

La empresa ha considerado un sistema de venta directa a partir de su departamento de comercialización que está integrado por 3 vendedores que se movilizaran a través de motocicletas, distribuyendo los menús que se preparen para cada uno de los clientes.

Gráfico 23 Distribución directa



Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Los Autores.

El objeto de este tipo de canal es llegar al consumidor directamente y de manera más rápida, es decir, sin intermediarios; lo que permite tener un precio final más bajo.

3.18. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

- ✓ Con base al estudio de mercado realizado, se puede concluir que en la ciudad de Ibarra es necesario la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de menús para diabéticos.

- ✓ La oferta actual es escasa en relación a la demanda existente y sobre todo a las necesidades por parte de los diabéticos, por lo que, como resultado se obtiene una elevada demanda insatisfecha. Ésta situación también se obtiene debido al desconocimiento y ocupaciones por parte de las personas que padecen diabetes; convirtiéndose de esta manera el valor agregado que la empresa ofrece en una de las principales fortalezas que con el tiempo permitirán cubrir un mayor segmento de mercado y a su vez un mayor crecimiento empresarial.
- ✓ El estudio de mercado permitió establecer que la empresa tiene un gran nivel de aceptación por el segmento de mercado (resultados de las encuestas), lo que demuestra que el proyecto es factible de realizar; todo ésto sustentado en la demanda insatisfecha que justifica la puesta en marcha de la misma.
- ✓ El presente estudio permitió identificar además, que las personas diabéticas en su mayoría son jubilados y amas de casa sobre los 54 años de edad y que en un gran porcentaje tienen un nivel de instrucción solo hasta nivel secundario; ésto permite potencializar y justificar significativamente la evaluación nutricional que ofrece la empresa a cada uno de sus clientes así como el servicio a domicilio para comodidad de los mismos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.

El presente capítulo se centra en el estudio de aquellos aspectos técnicos que tengan relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto. Entre los aspectos a estudiar tenemos:

- Tamaño del Proyecto.
- Localización del Proyecto.
- Ingeniería del Proyecto
- Presupuesto Técnico.

Cada uno de los aspectos pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea.

La finalidad del estudio técnico es:

- ✓ Determinar la posibilidad técnica de la fabricación del producto y la capacidad de producción.
- ✓ Analizar factores como el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y su organización; que sean requeridos para poder producir.

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para determinar el tamaño del presente proyecto, se tomó en cuenta los siguientes parámetros:

4.1.1. MERCADO.

La demanda es uno de los factores más importantes que condiciona el tamaño del proyecto; su determinación se la obtuvo a través de la investigación de campo que se realizó en la ciudad de Ibarra, y sus resultados demuestran que el mercado es

altamente potencial porque refleja un nivel de aceptación del 89.24% por parte de la población ibarreña; indicando que el producto a ofertarse será aceptado por los futuros consumidores.

4.1.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS.

La inversión total que requiere el proyecto será financiado con recursos propios y mediante un préstamo bancario.

Para el proceso de solicitud de crédito, se analizará las propuestas de las diferentes instituciones financieras, sus tasas de interés, plazos, garantías, entre otros; con la finalidad de seleccionar la alternativa más conveniente para el proyecto.

4.1.3. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.

La nueva unidad productiva requiere de mano de obra con experiencia y conocimientos en ámbitos administrativos, contables, financieros y de comercialización, además se necesita personal especializado en la rama de preparación de alimentos con conocimientos en nutrición y alimentación.

Éste tipo de mano de obra coadyuvará a un mejor desempeño y funcionamiento de la empresa.

4.1.4. DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA.

Por el tipo de actividad al que va a dedicarse éste proyecto, se necesitará un abastecimiento constante de materia prima e insumos tales como frutas, verduras, hortalizas, cereales, lácteos, carnes, edulcorantes, entre otros; por lo tanto es importante definir cuáles serán los principales proveedores.

Los principales proveedores serán:

- a. Mercados locales.
- b. Supermaxi.
- c. Gran Akí.

d. Otros.

4.1.5. DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGÍA.

La tecnología que utilizará el proyecto es un factor indispensable para la elaboración de los menús; puesto que se trata de tecnología semi-industrial que permitirá elaborar las cantidades establecidas por la demanda insatisfecha que se pretende cubrir. Por otro lado, para el desempeño de las actividades administrativas y de ventas, se empleará equipos y programas de computación que ayuden a llevar un buen control de los recursos.

4.1.6. DEFINICIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó en la ciudad de Ibarra, se establece que la capacidad de producción que tendrá la empresa “PROALVIDSA”, será de 14.838 menús en el año de inicio de operación, aproximadamente 1.236 menús producirá mensualmente, 309 menús a la semana y diariamente tendrá la capacidad de producir 44 menús.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Una vez realizados los análisis de la macro localización y micro localización, a través de métodos cuantitativos y cualitativos se procedió a identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto.

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN.

La macro localización es la región o zona en donde se llevará a cabo el proyecto.

Gráfico 24 Provincia de Imbabura.



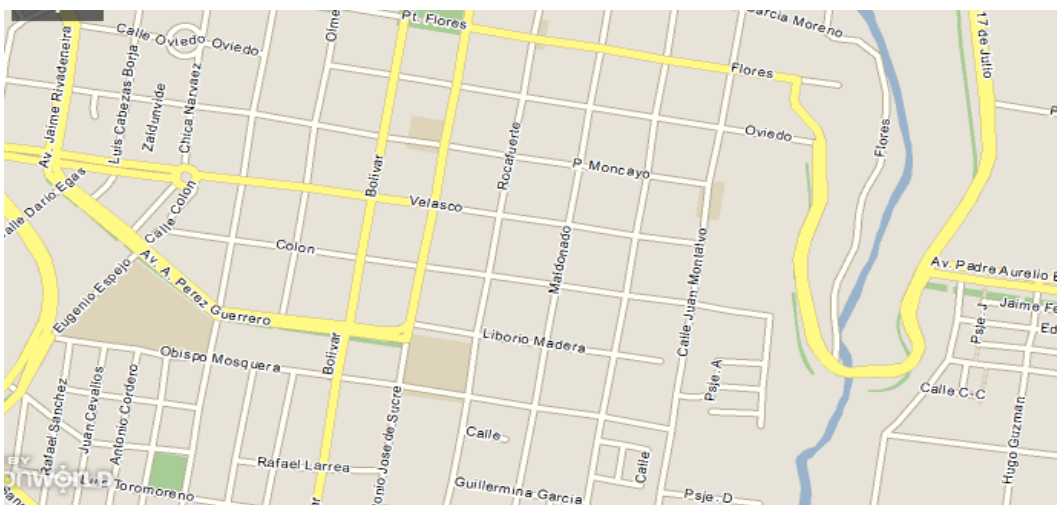
Fuente: www.google.com/imagenes
Elaborado por: Los Autores.

La empresa estará ubicada en la región Sierra, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, porque ésta zona norte del país cuenta con las condiciones favorables para desarrollar el proyecto en mención.

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN.

El proyecto estará ubicado específicamente en el centro de la ciudad, en las calles Antonio José de Sucre y Pedro Moncayo; el mismo que posee el espacio físico necesario y las instalaciones adecuadas.

Gráfico 25 Plano de la ubicación geográfica de la empresa.



Fuente: www.localizadorclaro.com
Elaborado por: Los Autores

Para establecer lo antes mencionado, se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

✓ **Costos y medios de transporte.**

El transporte que existe en la zona centro de la ciudad, es variado y permitirá abaratar los costos para transportar la materia prima; a más de que representa un lugar cercano como punto de distribución.

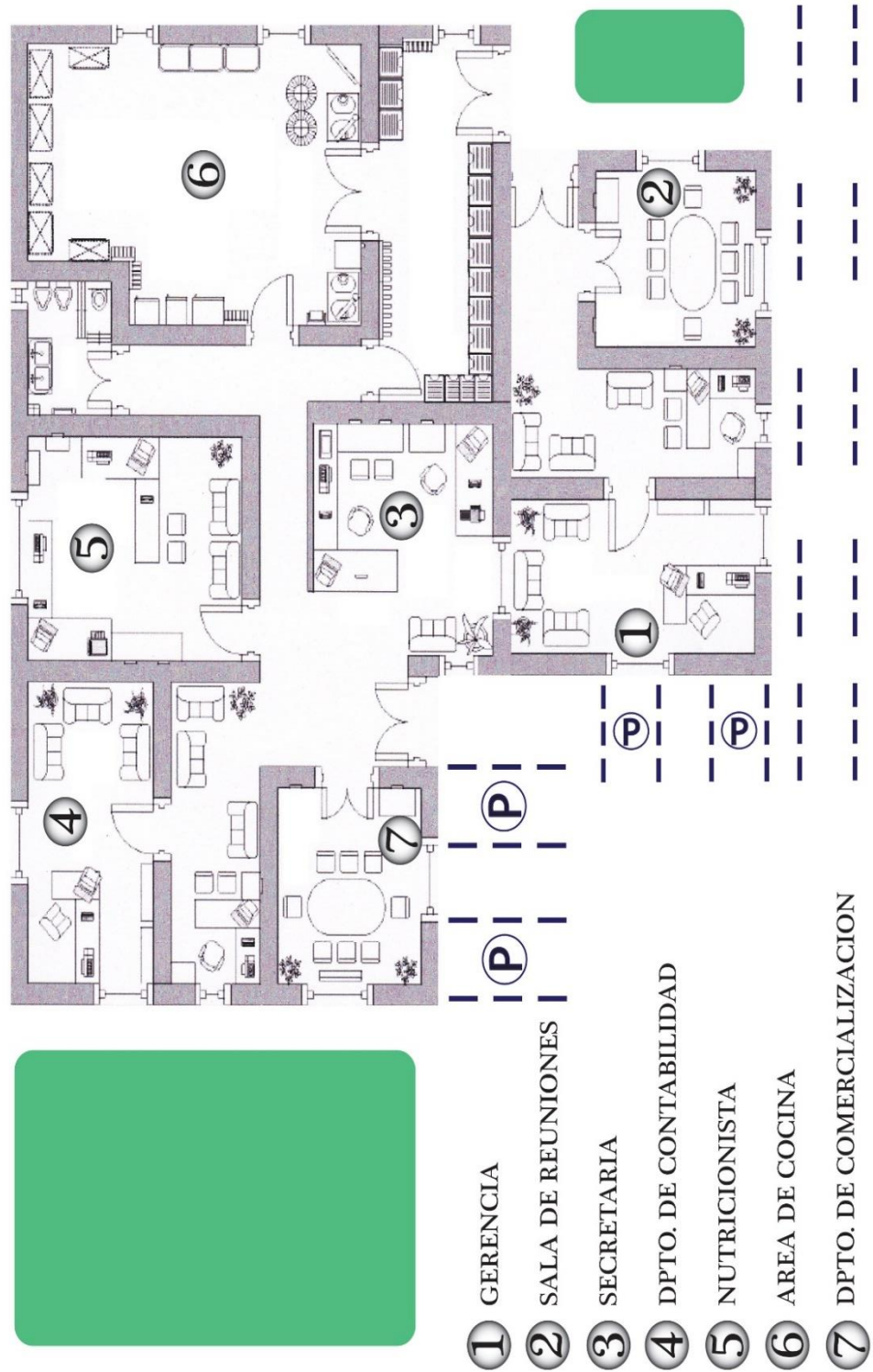
✓ **Costos y disponibilidad de mano de obra.**

La empresa contará con mano de obra directa e indirecta y su remuneración será en base a las leyes vigentes.

✓ **Infraestructura.**

El local cuenta con los servicios básicos necesarios y un espacio amplio y adecuado que permita el desarrollo del proyecto.

Gráfico 26 Distribución de la empresa.


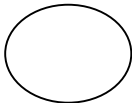


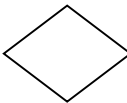

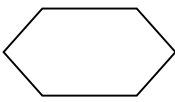
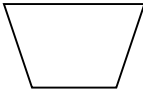



Elaborado por: Ing. Jorge Ochoa

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

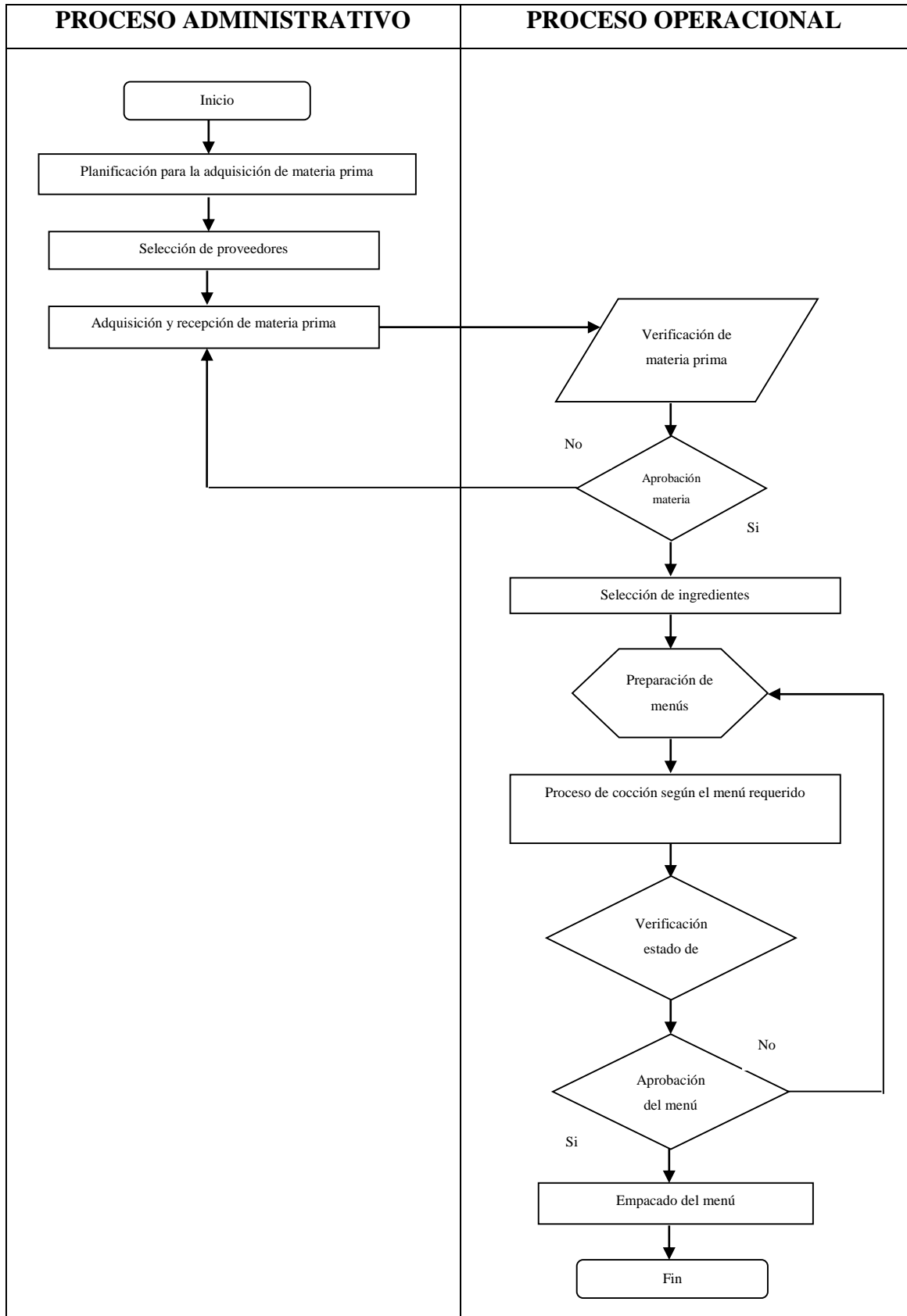
✓ **Procesos.**

Cuadro 42 Simbología utilizada en flujogramas.

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Inicio o Final del Proceso
	Conector de Varios Documentos.
	Documento o Archivo
	Proceso
	Decisión
	Verificación
	Preparación
	Operación Manual
	Conexión de Procesos

Fuente: Libro de Auditoría Financiera.
Elaborado por: Los Autores.

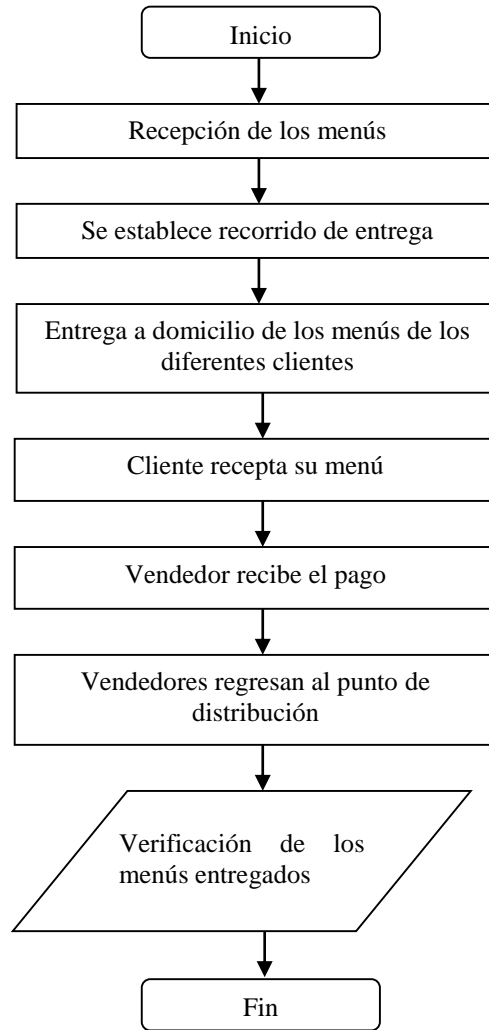
Cuadro 43 Flujograma de la producción de los menús.



--	--

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico 27 Flujograma del servicio.



Elaborado por: Los Autores.

✓ **Proceso de elaboración de los menús.**

a. Planificación de la adquisición de la materia prima.

Para la adquisición de la materia prima, se tomará en cuenta dos factores primordiales: primero, se efectuará una revisión del stock con que se cuenta; y a continuación se revisará el menú del día que se vaya a preparar.

b. Selección de proveedores y adquisición.

Una vez que se cuente con el listado de compra, se procederá a realizar una selección de proveedores (dependiendo de lo que se necesite para la preparación del menú), y se procederá a la adquisición de la materia prima.

c. Verificación, aprobación y selección de la materia prima.

Realizado el proceso de adquisición de la materia prima, se hará un análisis de cada uno de los insumos (consistencia, densidad, volumen, madurez, entre otros aspectos), con la finalidad de preparar los menús con los mejores ingredientes.

d. Preparación de los menús.

De acuerdo al menú que se vaya a preparar en ese día, se realizará el lavado de las frutas, verduras, y de todos los ingredientes que necesiten de éste proceso; luego pasarán al proceso de cocción y aliño (dependiendo del ingrediente), en donde se aplicarán técnicas y secretos de cocina por expertos en gastronomía y nutrición.

e. Aprobación del menú.

Una vez finalizado el proceso de cocción, se verificará si el menú posee todas las características necesarias para aprobarlo, caso contrario, se adicionará lo que haga falta.

f. Empacado del producto.

Cuando se haya aprobado el menú, se realizará el empacado del mismo.

g. Distribución de los menús.

Para la distribución de los menús, se diseñará una ruta y se procederá a la entrega en cada uno de los domicilios o lugares de preferencia por el cliente.

4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO.

4.4.1. INVERSIONES FIJAS.

✓ *Maquinaria y equipo.*

La maquinaria y equipo con la que se manejará la empresa será de fabricación nacional, ya que sus costos son menores que a las fabricadas en el extranjero.

Cuadro 44 Maquinaria y equipo.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL
Cocinas industriales	2	360,00	720,00	
Refrigeradoras	1	705,59	705,59	
Batidora	1	41,39	41,39	
Licuada	1	44,99	44,99	
Extractor de jugos	1	125,08	125,08	
Cilindros de gas	4	45,00	180,00	
SUBTOTAL				1.817,05

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Muebles y enseres.*

Para iniciar el funcionamiento de la empresa, se empezará con los requerimientos necesarios, con el paso del tiempo y a medida que la organización crezca, se los irá aumentando.

Cuadro 45 Muebles y enseres.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL
Estaciones de trabajo	4	230,00	920,00	
Sillas giratorias	4	85,00	340,00	
Sillas	18	35,00	630,00	
Mesa de reuniones	1	150,00	150,00	
Archivadores	5	200,00	1.000,00	
Escritorios	2	80,00	160,00	
SUBTOTAL				3.200,00

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Equipo de computación y oficina.*

Los equipos de computación necesarios para la puesta en marcha de la empresa, se los detalla a continuación:

Cuadro 46 Equipo de computación y oficina.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL
Computadoras	4	753,60	3.014,40	
Impresora - copiadora	1	210,50	210,50	
Impresora matricial	2	235,25	470,50	
Sumadora	3	53,50	160,50	
Teléfonos	5	50,00	250,00	
SUBTOTAL				4.105,90

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Los Autores.

En el cuarto año se realiza una nueva adquisición de equipo de computación y oficina. (Ver anexo 17).

✓ *Vehículos.*

Para el funcionamiento de la empresa, inicialmente se requerirá de 3 motos, las cuales transportarán a diario los menús requeridos por cada uno de los clientes.

Cuadro 47 Vehículos.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL
Motos	3	1.516,00	4.548,00	
SUBTOTAL				

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Bienes fungibles.*

Cuadro 48 Bienes fungibles.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL
Sartén	4	17,00	68,00	
Olla	8	25,00	200,00	
Molde	3	5,25	15,75	
Cucharón	3	3,80	11,40	
Tablas de picar	3	12,50	37,50	
Cuchillos profesionales	6	3,09	18,54	
Juego de cernidores	3	0,75	2,25	
Jarra medidora	2	1,11	2,22	
Lavacara	2	3,15	6,30	
Juego de vajilla	1	19,70	19,70	
Pinza	3	1,65	4,95	
Rallador	2	2,64	5,28	
Bandeja para ensalada	2	3,29	6,58	
Olla de presión	2	35,16	70,32	
Espátula	3	4,65	13,95	
Bolsos contenedores	9	90,00	810,00	
Vestimenta	9	50,00	450,00	
SUBTOTAL				1.742,74

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Los Autores.

Se realiza una reposición de bienes fungibles en el año 2 y año 4, (Ver flujo de caja) por un valor igual al 70% del importe inicial.

✓ *Resumen de la inversión fija.*

Cuadro 49 Resumen de la inversión fija.

USD Dólares.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria	1.817,05
Equipo de computación y oficina	4.105,90
Vehículos	4.548,00
Muebles y enseres	3.200,00
Bienes fungibles	1.742,74
TOTAL	15.463,69

Fuente: Cuadro 44, 45, 46, 47, 48.

Elaborado por: Los Autores.

4.4.2. CAPITAL DE TRABAJO.

Para determinar el capital de trabajo se considera que las primeras ventas se realizarán a los noventa días de iniciada la operación del proyecto.

Cuadro 50 Capital de trabajo.

USD Dólares.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Materia prima directa	5.083,96
Mano de obra directa	1.368,67
Gastos generales de fabricación	1.875,84
Gastos administrativos	2.156,02
Gastos de venta	1.803,24
Total Costos y Gastos	12.287,73
RECUPERACIÓN VENTAS TERCER MES	36.863,19

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

4.4.3. INVERSIÓN TOTAL DE PROYECTO.

La inversión total que se necesita para la producción y comercialización de los menús, es la siguiente:

Cuadro 51 Inversión total del proyecto.

USD Dólares.

CONCEPTO	VALOR
INVERSION FIJA	15.413,69
Maquinaria	1.817,05
Equipo de computación y oficina	4.105,90
Vehículos	4.548,00
Muebles y enseres	3.200,00
Bienes fungibles	1.742,74
CAPITAL DE TRABAJO	36.863,19
Materia prima directa	5.083,96
Mano de obra directa	1.368,67
Gastos generales de fabricación	1.875,84
Gastos administrativos	2.156,02
Gastos de venta	1.803,24
Total Costos y Gastos	12.287,73
TOTAL INVERSIÓN	52.276,88

Fuente: Estudio Técnico-Financiero

Elaborado por: Los Autores.

4.4.4. FINANCIAMIENTO.

De la inversión total del proyecto, el 76,52% será financiado a través de un crédito productivo empresarial con una tasa referencial del 10,21%; y el 23,48% constituye el aporte propio de los accionistas.

Cuadro 52 Financiamiento.

USD Dólares.

RUBROS	VALOR	PORCENTAJE %
Aporte de accionistas	12.276,88	23,48%
Crédito	40.000,00	76,52%
TOTAL	52.276,88	100,00%

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

4.4.5. TALENTO HUMANO

Cuadro 53 Talento humano.

USD Dólares.

CONCEPTO	CANTIDAD	SUELDO POR PERSONA	VALOR TOTAL
PRODUCCIÓN			
Cocinero	1	420,00	420,00
Asistente de cocina	2	325,00	650,00
Nutricionista	1	420,00	420,00
VENTAS			
Vendedor	3	350,00	1.050,00
ADMINISTRACIÓN			
Gerente	1	650,00	650,00
Contador	1	420,00	420,00
Secretaria	1	370,00	370,00
TOTAL			3.980,00

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO.

5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado.

Cuadro 54 Ingresos proyectados.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad (por cada menú)	14.838	16.926	19.308	22.025	25.124
Precio	13,02	13,56	14,13	14,71	15,33
VENTAS ANUALES	193.194,67	229.520,63	272.822,04	323.986,28	385.152,45

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Los Autores.

Para la proyección del precio, se consideró la tasa de inflación correspondiente al año 2.012 (4,16%).

5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS.

Se realizará un análisis que permita visualizar detalladamente todas las erogaciones que se efectuará para ofertar el producto y servicio.

Los cálculos para la proyección de precios, se efectuaron en base a la tasa de inflación del año 2.012 (4,16%).

5.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN.

✓ *Materia prima.*

Cuadro 55 Proyección de la materia prima directa.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad (unidades de 80 g.)	14.838	16.926	19.308	22.025	25.124
Costo	4,89	5,09	5,30	5,52	5,75
TOTAL	72.486,64	86.126,50	102.332,37	121.587,99	144.466,85

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Mano de obra directa.*

Cuadro 56 Proyección de salario básico unificado.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocinero	5.529,81	6.067,22	6.656,85	7.303,79	8.013,60
Asistente de cocina	8.558,03	9.389,74	10.302,27	11.303,48	12.402,00
TOTAL	14.087,84	15.456,95	16.959,12	18.607,27	20.415,60

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 57 Costo mensual de la mano de obra directa.

USD Dólares.

CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.173,99	14.087,84
Aporte Patronal	142,64	1.711,67
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	97,83	1.173,99
Décimo Cuarto	87,23	1.046,71
TOTAL	1.501,68	18.020,21

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Ver Anexo 9 (Cuadro detallado en forma mensual del costo de la mano de obra directa).

Cuadro 58 Proyección del costo total de la mano de obra directa.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	14.087,84	15.456,95	16.959,12	18.607,27	20.415,60
Aporte Patronal	1.711,67	1.878,02	2.060,53	2.260,78	2.480,50
Fondo de Reserva	-	1.288,08	1.413,26	1.550,61	1.701,30
Décimo Tercero	1.173,99	1.288,08	1.413,26	1.550,61	1.701,30
Décimo Cuarto	1.046,71	1.148,44	1.260,05	1.382,50	1.516,86
TOTAL	18.020,21	21.059,57	23.106,22	25.351,77	27.815,56

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Costos indirectos de fabricación.*

Mano de obra indirecta.

Cuadro 59 Proyección de salario básico unificado.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nutricionista	5.529,81	6.067,22	6.656,85	7.303,79	8.013,60
TOTAL	5.529,81	6.067,22	6.656,85	7.303,79	8.013,60

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 60 Costo mensual de la mano de obra indirecta.

USD Dólares.

CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1
Salario Básico Unificado	460,82	5.529,81
Aporte Patronal	55,99	671,87
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	38,40	460,82
Décimo Cuarto	29,08	348,90
TOTAL	584,28	7.011,40

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Ver Anexo 10 (Cuadro detallado en forma mensual del costo de la mano de obra indirecta).

Cuadro 61 Proyección del costo total de la mano de obra indirecta.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	5.529,81	6.067,22	6.656,85	7.303,79	8.013,60
Aporte Patronal	671,87	737,17	808,81	887,41	973,65
Fondo de Reserva	-	505,60	554,74	608,65	667,80
Décimo Tercero	460,82	505,60	554,74	608,65	667,80
Décimo Cuarto	348,90	382,81	420,02	460,83	505,62
TOTAL	7.011,40	8.198,40	8.995,15	9.869,33	10.828,47

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Materia prima indirecta.

Cuadro 62 Materia prima indirecta.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endulzante	1.354,91	1.411,28	1.469,99	1.531,14	1.594,83
Fundas de empaque	508,09	529,23	551,25	574,18	598,06
Tarrinas soperas	1.246,52	1.298,38	1.352,39	1.408,65	1.467,25
Bandejas con división	4.064,74	4.233,83	4.409,96	4.593,41	4.784,50
Cucharas plásticas	1.016,18	1.058,46	1.102,49	1.148,35	1.196,13
Tenedores plásticos	243,88	254,03	264,60	275,60	287,07
Cuchillos plásticos	338,73	352,82	367,50	382,78	398,71
Vasos	1.788,49	1.862,89	1.940,38	2.021,10	2.105,18
Gas	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
TOTAL	11.186,51	11.651,87	12.136,59	12.641,47	13.167,35

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Otros costos indirectos de fabricación.

Cuadro 63 Otros costos indirectos de fabricación.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	312,48	325,48	339,02	353,12	367,81
Agua potable	249,98	260,38	271,22	282,50	294,25
Mantenimiento maquinaria y equipo	520,80	542,47	565,03	588,54	613,02
Mantenimiento equipo de computación y oficina	145,82	151,89	158,21	164,79	171,65
Arriendo local	4.374,72	4.556,71	4.746,27	4.943,71	5.149,37
TOTAL	5.603,81	5.836,93	6.079,74	6.332,66	6.596,10

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Depreciaciones.

Cuadro 64 Depreciación de producción

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocinas industriales	64,80	64,80	64,80	64,80	64,80
Refrigeradoras	63,50	63,50	63,50	63,50	63,50
Batidora	3,73	3,73	3,73	3,73	3,73
Licuada	4,50	4,05	4,05	4,05	4,05
Extractor de jugos	11,26	11,26	11,26	11,26	11,26
Cilindros de gas	16,20	16,20	16,20	16,20	16,20
Computadoras	251,20	251,20	251,20	295,68	295,68
Sumadora	17,83	17,83	17,83	20,99	20,99
Teléfonos	16,67	16,67	16,67	19,62	19,62
Estaciones de trabajo	20,70	20,70	20,70	20,70	20,70
Sillas giratorias	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65
Sillas	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60
Archivadores	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Escritorios	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20
TOTAL	515,38	515,38	515,38	565,97	565,97

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Para la depreciación de cada una de las cuentas de Propiedad, Planta y Equipo, se utilizó el método de línea recta; en el cual al costo del activo se restó el valor residual y éste resultado se dividió para la vida útil.

El cuadro consolidado de las depreciaciones de Propiedad, Planta y Equipo; y el cuadro de valor residual se encuentran en el anexo 18 y 19 respectivamente.

Resumen de los gastos generales de fabricación.

Cuadro 65 Resumen de los gastos generales de fabricación.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima indirecta	11.186,51	11.651,87	12.136,59	12.641,47	13.167,35
Mano de obra indirecta	7.011,40	8.198,40	8.995,15	9.869,33	10.828,47
Energía eléctrica	312,48	325,48	339,02	353,12	367,81
Agua potable	249,98	260,38	271,22	282,50	294,25
Mantenimiento maquinaria y equipo	520,80	542,47	565,03	588,54	613,02
Mantenimiento equipo de computación y oficina	145,82	151,89	158,21	164,79	171,65
Arriendo local	4.374,72	4.556,71	4.746,27	4.943,71	5.149,37
Depreciaciones	515,38	515,38	515,38	565,97	565,97
TOTAL	24.317,10	26.202,58	27.726,86	29.409,43	31.157,90

Fuente: Estudio Técnico-Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Resumen de los costos de producción.

Cuadro 66 Resumen de los costos de producción.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	72.486,64	86.126,50	102.332,37	121.587,99	144.466,85
Mano de obra directa	18.020,21	21.059,57	23.106,22	25.351,77	27.815,56
Gastos generales de fabricación	24.317,10	26.202,58	27.726,86	29.409,43	31.157,90
TOTAL	114.823,95	133.388,65	153.165,45	176.349,19	203.440,31

Fuente: Estudio Técnico- Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

5.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS.

✓ *Salario del personal administrativo.*

Cuadro 67 Proyección del salario básico unificado.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	8.558,03	9.389,74	10.302,27	11.303,48	12.402,00
Contador	5.529,81	6.067,22	6.656,85	7.303,79	8.013,60
Secretaria	4.871,50	5.344,93	5.864,37	6.434,29	7.059,60
TOTAL	18.959,34	20.801,88	22.823,49	25.041,56	27.475,20

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 68 Salario mensual del personal administrativo.

USD Dólares.

CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.579,94	18.959,34
Aporte Patronal	191,96	2.303,56
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	131,66	1.579,94
Décimo Cuarto	87,23	1.046,71
TOTAL	1.990,80	23.889,56

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Ver Anexo 11 (Cuadro detallado en forma mensual del salario del personal administrativo).

Cuadro 69 Proyección del gasto total del personal administrativo.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	18.959,34	20.801,88	22.823,49	25.041,56	27.475,20
Aporte Patronal	2.303,56	2.527,43	2.773,05	3.042,55	3.338,24
Fondo de Reserva	-	1.733,49	1.901,96	2.086,80	2.289,60
Décimo Tercero	1.579,94	1.733,49	1.901,96	2.086,80	2.289,60
Décimo Cuarto	1.046,71	1.148,44	1.260,05	1.382,50	1.516,86
TOTAL	23.889,56	27.944,73	30.660,50	33.640,21	36.909,50

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Suministros y materiales de oficina.*

Cuadro 70 Suministros y materiales de oficina.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel	48,75	50,77	52,89	55,09	57,38
Papel continuo	124,99	130,19	135,61	141,25	147,12
Cinta para impresora	50,00	52,08	54,24	56,50	58,85
Perforadora	9,11	9,49	9,89	10,30	10,73
Grapadora	6,51	6,78	7,06	7,36	7,66
Grapas	1,87	1,95	2,03	2,12	2,21
Saca grapas	2,08	2,17	2,26	2,35	2,45
Lápiz de minas	10,42	10,85	11,30	11,77	12,26
Minas	7,50	7,81	8,14	8,47	8,83
Borrador	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Clips	8,75	9,11	9,49	9,89	10,30
Esfero	17,50	18,23	18,99	19,77	20,60
Corrector	10,42	10,85	11,30	11,77	12,26
Cuadernos académicos 100H	15,62	16,27	16,95	17,66	18,39
Carpeta de cartón	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07
Carpetas archivadoras A4	73,43	76,49	79,67	82,98	86,44
Cinta scotch	1,87	1,95	2,03	2,12	2,21
Facturas	31,25	32,55	33,90	35,31	36,78
Portapapel	13,75	14,32	14,92	15,54	16,18
Separador	8,33	8,68	9,04	9,42	9,81
Resaltador	8,33	8,68	9,04	9,42	9,81
Flash memori	93,74	97,64	101,71	105,94	110,34
TOTAL ANUAL	564,23	587,71	612,16	637,62	664,15

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 71 Suministros y materiales de aseo.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabón líquido	21,35	22,24	23,17	24,13	25,13
Desinfectante para pisos	11,42	11,89	12,39	12,90	13,44
Papel higiénico	21,87	22,78	23,73	24,72	25,75
Escoba	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
Trapeador	4,27	4,45	4,63	4,83	5,03
Recogedor de basura	1,56	1,63	1,70	1,77	1,84
Esponja de limpieza	4,17	4,34	4,52	4,71	4,90
Lavavajilla	24,25	25,26	26,31	27,40	28,54
Toalla	4,17	4,34	4,52	4,71	4,90
Basurero	18,23	18,99	19,78	20,60	21,46
Tacho de basura	78,12	81,37	84,75	88,28	91,95
Funda de basura	29,79	31,03	32,32	33,66	35,06
Guantes	30,25	31,51	32,82	34,18	35,60
TOTAL ANUAL	253,09	263,62	274,58	286,01	297,90

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Servicios básicos.*

Cuadro 72 Servicios básicos.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua potable	99,99	104,15	108,49	113,00	117,70
Energía eléctrica	149,99	156,23	162,73	169,50	176,55
Teléfono	312,48	325,48	339,02	353,12	367,81
Internet	274,98	286,42	298,34	310,75	323,67
TOTAL ANUAL	837,45	872,28	908,57	946,37	985,74

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Arriendo de local.*

Cuadro 73 Arriendo de local.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo oficina	1.874,88	1.952,88	2.034,11	2.118,73	2.206,87
TOTAL ANUAL	1.874,88	1.952,88	2.034,11	2.118,73	2.206,87

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Mantenimiento.*

Cuadro 74 Mantenimiento equipo de computación y oficina – muebles y enseres.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación y oficina	208,32	216,99	226,01	235,41	245,21
Muebles y enseres	114,58	119,34	124,31	129,48	134,86
TOTAL ANUAL	322,90	336,33	350,32	364,89	380,07

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Gastos de puesta en marcha.*

Cuadro 75 Gastos de puesta en marcha.

USD Dólares.

CONCEPTO	VALOR
Documentos de constitución legal	180,00
Permiso de funcionamiento	30,00
Patente municipal	50,00
Permiso de sanidad	60,00
Permiso de bomberos	80,00
TOTAL ANUAL	400,00

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Los Autores.

✓ *Depreciaciones.*

Cuadro 76 Depreciación de administración.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computadoras	753,60	753,60	753,60	887,04	887,04
Impresora-Copiadora	70,17	70,17	70,17	82,59	82,59
Impresora Matricial	156,83	156,83	156,83	184,60	184,60
Sumadora	35,67	35,67	35,67	41,98	41,98
Teléfonos	50,00	50,00	50,00	58,85	58,85
Estaciones de Trabajo	62,10	62,10	62,10	62,10	62,10
Sillas Giratorias	22,95	22,95	22,95	22,95	22,95
Sillas	34,65	34,65	34,65	34,65	34,65
Mesa de Reuniones	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Archivadores	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
TOTAL	1.253,47	1.253,47	1.253,47	1.442,28	1.442,28

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Los Autores.

Para la depreciación de cada una de las cuentas de Propiedad, Planta y Equipo, se utilizó el método de línea recta; en el cual al costo del activo se restó el valor residual y éste resultado se dividió para la vida útil.

El cuadro consolidado de las depreciaciones de Propiedad, Planta y Equipo; y el cuadro de valor residual se encuentran en el anexo 18 y 19 respectivamente.

✓ *Resumen de los gastos administrativos.*

Cuadro 77 Resumen de los gastos administrativos totales.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal	23.889,56	27.944,73	30.660,50	33.640,21	36.909,50
Suministros de oficina	564,23	587,71	612,16	637,62	664,15
Suministros de aseo y limpieza	253,09	263,62	274,58	286,01	297,90
Servicios básicos	837,45	872,28	908,57	946,37	985,74
Arriendo	1.874,88	1.952,88	2.034,11	2.118,73	2.206,87
Mantenimiento	322,90	336,33	350,32	364,89	380,07
Gastos de puesta en marcha	400,00				
Depreciaciones	1.253,47	1.253,47	1.253,47	1.442,28	1.442,28
TOTAL	29.395,57	33.211,00	36.093,71	39.436,11	42.886,50

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

5.2.3. GASTOS DE VENTAS.

✓ *Salario del personal de ventas.*

Cuadro 78 Proyección del salario básico unificado.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	13.824,52	15.168,04	16.642,13	18.259,47	20.034,00
TOTAL	13.824,52	15.168,04	16.642,13	18.259,47	20.034,00

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 79 Salario mensual del personal de ventas.

USD Dólares.

CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.152,04	13.824,52
Aporte Patronal	139,97	1.679,68
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	96,00	1.152,04
Décimo Cuarto	87,23	1.046,71
TOTAL	1.475,25	17.702,95

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Ver Anexo 12 (Cuadro detallado en forma mensual del salario del personal de ventas).

Cuadro 80 Proyección del gasto total del personal de ventas.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	13.824,52	15.168,04	16.642,13	18.259,47	20.034,00
Aporte Patronal	1.679,68	1.842,92	2.022,02	2.218,53	2.434,13
Fondo de Reserva	-	1.264,00	1.386,84	1.521,62	1.669,50
Décimo Tercero	1.152,04	1.264,00	1.386,84	1.521,62	1.669,50
Décimo Cuarto	1.046,71	1.148,44	1.260,05	1.382,50	1.516,86
TOTAL	17.702,95	20.687,40	22.697,88	24.903,75	27.323,99

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ **Gasto publicidad.**

Cuadro 81 Gasto publicidad.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	2749,82	2864,22	2983,37	3107,48	3236,75
TOTAL ANUAL	2749,82	2864,22	2983,37	3107,48	3236,75

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Combustible.*

Cuadro 82 Gasto combustible.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasolina	899,94	937,38	976,38	1.016,99	1.059,30
TOTAL ANUAL	899,94	937,38	976,38	1.016,99	1.059,30

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Mantenimiento vehículos.*

Cuadro 83 Mantenimiento de motos.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ABC (filtros, lubricantes)	1.124,93	1.171,73	1.220,47	1.271,24	1.324,12
Cambio de llantas	874,94	911,34	949,25	988,74	1.029,87
TOTAL ANUAL	1.999,87	2.083,07	2.169,72	2.259,98	2.354,00

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

✓ *Mantenimiento equipo de computación y oficina - muebles y enseres.*

Cuadro 84 Mantenimiento equipo de computación y oficina – muebles y enseres.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación y oficina	31,25	32,55	33,90	35,31	36,78
Muebles y enseres	52,08	54,25	56,50	58,85	61,30
TOTAL ANUAL	83,33	86,79	90,41	94,17	98,08

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

Depreciaciones.

Cuadro 85 Depreciación de ventas.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfonos	16,67	16,67	16,67	19,62	19,62
Motos	818,64	818,64	818,64	818,64	818,64
Sillas	9,45	9,45	9,45	9,45	9,45
Archivadores	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Escritorios	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20
TOTAL	869,96	869,96	869,96	872,91	872,91

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Para la depreciación de cada una de las cuentas de Propiedad, Planta y Equipo, se utilizó el método de línea recta; en el cual al costo del activo se restó el valor residual y éste resultado se dividió para la vida útil. El cuadro consolidado de las depreciaciones de Propiedad, Planta y Equipo; y el cuadro de valor residual se encuentran en el anexo 18 y 19 respectivamente.

✓ *Resumen de los gastos de ventas.*

Cuadro 86 Resumen de los gastos de ventas.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal	17.702,95	20.687,40	22.697,88	24.903,75	27.323,99
Gasto publicidad	2.749,82	2.864,22	2.983,37	3.107,48	3.236,75
Combustible	899,94	937,38	976,38	1.016,99	1.059,30
Mantenimiento	2.083,20	2.169,86	2.260,13	2.354,15	2.452,08
Depreciaciones	869,96	869,96	869,96	872,91	872,91
TOTAL	24.305,88	27.528,81	29.787,71	32.255,27	34.945,03

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Los Autores.

5.2.4. GASTOS FINANCIEROS.

Cuadro 87 Gasto interés.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto interés	3.532,62	2.248,11	826,13	-	-

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

5.3. TABLA DE AMORTIZACIÓN.

Cuadro 88 Tabla de amortización.

USD Dólares.

Períodos	Pago	Cuota de Interés	Cuota de Capital	Capital Insoluto	Capital Amortizado
				40.000,00	
1	1.294,63	340,33	954,30	39.045,70	954,30
2	1.294,63	332,21	962,42	38.083,28	1.916,72
3	1.294,63	324,03	970,61	37.112,67	2.887,33
4	1.294,63	315,77	978,87	36.133,80	3.866,20
5	1.294,63	307,44	987,20	35.146,60	4.853,40
6	1.294,63	299,04	995,60	34.151,01	5.848,99
7	1.294,63	290,57	1.004,07	33.146,94	6.853,06
8	1.294,63	282,03	1.012,61	32.134,33	7.865,67
9	1.294,63	273,41	1.021,23	31.113,11	8.886,89
10	1.294,63	264,72	1.029,91	30.083,19	9.916,81
11	1.294,63	255,96	1.038,68	29.044,52	10.955,48
12	1.294,63	247,12	1.047,51	27.997,00	12.003,00
13	1.294,63	238,21	1.056,43	26.940,57	13.059,43
14	1.294,63	229,22	1.065,42	25.875,16	14.124,84
15	1.294,63	220,15	1.074,48	24.800,68	15.199,32
16	1.294,63	211,01	1.083,62	23.717,06	16.282,94
17	1.294,63	201,79	1.092,84	22.624,21	17.375,79
18	1.294,63	192,49	1.102,14	21.522,07	18.477,93
19	1.294,63	183,12	1.111,52	20.410,55	19.589,45
20	1.294,63	173,66	1.120,98	19.289,58	20.710,42
21	1.294,63	164,12	1.130,51	18.159,07	21.840,93
22	1.294,63	154,50	1.140,13	17.018,94	22.981,06
23	1.294,63	144,80	1.149,83	15.869,10	24.130,90
24	1.294,63	135,02	1.159,62	14.709,49	25.290,51
25	1.294,63	125,15	1.169,48	13.540,01	26.459,99
26	1.294,63	115,20	1.179,43	12.360,57	27.639,43
27	1.294,63	105,17	1.189,47	11.171,11	28.828,89
28	1.294,63	95,05	1.199,59	9.971,52	30.028,48
29	1.294,63	84,84	1.209,79	8.761,73	31.238,27
30	1.294,63	74,55	1.220,09	7.541,64	32.458,36
31	1.294,63	64,17	1.230,47	6.311,17	33.688,83
32	1.294,63	53,70	1.240,94	5.070,23	34.929,77
33	1.294,63	43,14	1.251,50	3.818,74	36.181,26
34	1.294,63	32,49	1.262,14	2.556,60	37.443,40
35	1.294,63	21,75	1.272,88	1.283,71	38.716,29
36	1.294,63	10,92	1.283,71	0,00	40.000,00

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Cuadro 89 Datos del préstamo.

Datos:	
Monto del préstamo:	40.000,00
Tasa de interés anual:	10,21%
Período de pago (en meses):	1
Duración (período)	36

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).
Elaborado por: Los Autores.

5.4. RESUMEN DE LOS EGRESOS PROYECTADOS.

Cuadro 90 Resumen de los egresos proyectados.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de producción	114.823,95	133.388,65	153.165,45	176.349,19	203.440,31
Gastos administrativos	29.395,57	33.211,00	36.093,71	39.436,11	42.886,50
Gastos de venta	24.305,88	27.528,81	29.787,71	32.255,27	34.945,03
Gastos financieros	3.532,62	2.248,11	826,13	-	-
TOTAL	172.058,02	196.376,57	219.873,00	248.040,57	281.271,84

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

5.5. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.

Cuadro 91 Estado de Situación Financiera Inicial.

PROALVIDSA S.A.			
<u>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</u>			
<u>AÑO 2013</u>			
USD Dólares			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS NO CORRIENTES	
	36.863,19		40.000,00
Bancos	36.863,19	Préstamo bancario	40.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTES		TOTAL PASIVO	
	15.413,69		40.000,00
Propiedad, Planta y Equipo	15.413,69		
Maquinaria	1.817,05	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo de computación y oficina	4.105,90		
Vehículos	4.548,00	Capital propio	12.276,88
Muebles y enseres	3.200,00		
Bienes fungibles (menaje y utilería)	1.742,74	TOTAL PATRIMONIO	12.276,88
TOTAL ACTIVOS	<u>52.276,88</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>52.276,88</u>

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

5.6. ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.

Cuadro 92 Estado de Resultado Integral.

PROALVIDSA S.A.

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.

USD Dólares.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	193.194,67	229.520,63	272.822,04	323.986,28	385.152,45
(-) Costo de producción	114.823,95	133.388,65	153.165,45	176.349,19	203.440,31
Utilidad bruta	78.370,71	96.131,98	119.656,59	147.637,09	181.712,15
(-) Gastos administrativos	29.395,57	33.211,00	36.093,71	39.436,11	42.886,50
(-) Gastos de venta	24.305,88	27.528,81	29.787,71	32.255,27	34.945,03
(-) Gastos financieros	3.532,62	2.248,11	826,13	0,00	0,00
Utilidad antes de 15% participación trabajadores	21.136,65	33.144,06	52.949,04	75.945,71	103.880,62
(-) 15% Participación trabajadores	3.170,50	4.971,61	7.942,36	11.391,86	15.582,09
Utilidad antes de impuestos	17.966,15	28.172,45	45.006,68	64.553,85	88.298,52
(-) 22% Impuesto a la renta	3.952,55	6.197,94	9.901,47	14.201,85	19.425,68
Utilidad neta proyectada	14.013,60	21.974,51	35.105,21	50.352,00	68.872,85

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Los Autores.

De acuerdo al artículo 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno y a la Disposición Transitoria primera del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, la tarifa del impuesto a la renta para sociedades constituidas legalmente en el Ecuador, que obtengan ingresos gravables, será del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.

5.7. FLUJO DE CAJA

Cuadro 93 Flujo de Caja.

PROALVIDSA S.A.

FLUJO DE CAJA.

USD Dólares.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión inicial	52.276,88					
Utilidad operacional		21.136,65	33.144,06	52.949,04	75.945,71	103.880,62
Depreciación de propiedad, planta y equipo		2.638,81	2.638,81	2.638,81	2.881,16	2.881,16
Venta de propiedad, planta y equipo						956,51
TOTAL DE INGRESOS		23.775,46	35.782,87	55.587,84	78.826,86	107.718,28
EGRESOS						
Nueva adquisición equipo computación y oficina					4.832,95	
Reposición bienes fungibles		0,00	1.307,06	0,00	1.307,06	0,00
Pago de la cuota del préstamo		12.003,00	13.287,51	14.709,49	0,00	0,00
15% participación trabajadores		3.170,50	4.971,61	7.942,36	11.391,86	15.582,09
22% Impuesto a la renta		3.952,55	6.197,94	9.901,47	14.201,85	19.425,68
TOTAL EGRESOS		19.126,05	25.764,12	32.553,31	31.733,71	35.007,77
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO	52.276,88	4.649,41	10.018,75	23.034,53	47.093,16	72.710,51

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Los Autores.

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA.

5.8.1. COSTO DE OPORTUNIDAD.

Cuadro 94 Cálculo de la tasa de redescuento.

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCEN- TAJE %	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Aporte de capital personal	12.276,88	23,48%	4,53%	1,06%
Crédito	40.000,00	76,52%	10,21%	7,81%
COSTO DE CAPITAL				8,88%

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{IF}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0888)(1 + 0,0416) - 1$$

$$\text{TRM} = 13,41\%$$

5.8.2. CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Cuadro 95 Cálculo del valor actual neto.

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS DE CAJA	FACTOR 13,41%	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
0	-52.276,88			-52.276,88
1		4.649,41	1,134053345	4.099,81
2		10.018,75	1,286076989	7.790,17
3		23.034,53	1,458479911	15.793,52
4		47.093,16	1,653994022	28.472,39
5		72.710,51	1,875717453	38.764,11
VAN				42.643,11

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^2} + \frac{FNC}{(1+i)^3} + \frac{FNC}{(1+i)^4} + \frac{FNC}{(1+i)^5} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = \frac{4.649,41}{(1+0,1341)^1} + \frac{10.018,75}{(1+0,1341)^2} + \frac{23.034,53}{(1+0,1341)^3} + \frac{47.093,16}{(1+0,1341)^4} + \frac{72.710,51}{(1+0,1341)^5} - 52.276,88$$

$$VAN = 4.099,81 + 7.790,17 + 15.793,52 + 28.472,39 + 38.764,11 - 52.276,88$$

$$VAN = 42.643,11$$

El valor actual neto (VAN) es mayor a cero, lo que significa que el proyecto es factible realizarlo. Al invertir 52.276,88 en 5 años se está obteniendo 42.643,11 más que la inversión realizada.

5.8.3. CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Para el cálculo del TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior y una tasa inferior para luego poder interpolar.

Cuadro 96 VAN con tasa inferior y tasa superior.

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE DESCUENTO	
		0,32	0,33
0	-52.276,88	-52.276,88	-52.276,88
1	4.649,41	3.522,28	3.495,80
2	10.018,75	5.749,97	5.663,83
3	23.034,53	10.015,15	9.790,94
4	47.093,16	15.511,80	15.050,51
5	72.710,51	18.143,77	17.471,85
VAN		666,41	-803,62

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

$$TIR = 0,32 + (0,33 - 0,32) \left[\frac{666,41}{666,41 - (-803,62)} \right]$$

$$TIR : 32,45\%$$

El TIR calculado es de 32,45% y es mayor a la tasa de redescuento, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.8.4. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO.

Cuadro 97 Relación costo - beneficio.

USD Dólares.

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	INVERSIÓN INICIAL	RELACIÓN COSTO/BENEFICIO
0		52.276,88	
1	4.099,81		
2	7.790,17		
3	15.793,52		
4	28.472,39		
5	38.764,11		
TOTAL	94.919,99	52.276,88	1,82

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$RC / B = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$RC / B = \frac{94.919,99}{52.276,88}$$

$$RC / B = 1,82$$

Esto quiere decir, que por cada dólar de inversión, el proyecto tendrá \$0,82 superior a la inversión.

5.8.5. RELACIÓN INGRESOS - EGRESOS.

Cuadro 98 Relación ingresos - egresos.

USD Dólares.

AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS 13,41%	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS 13,41%
1	193.194,67	170.357,65	172.058,02	151.719,51
2	229.520,63	178.465,70	196.376,57	152.694,26
3	272.822,04	187.059,17	219.873,00	150.754,91
4	323.986,28	195.881,17	248.040,57	149.964,61
5	385.152,45	205.336,07	281.271,84	149.954,27
TOTAL		937.099,76		755.087,55

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$RC / B = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Netos Actualizados}}$$

$$RC / B = \frac{937.099,76}{755.087,55}$$

$$RC / B = 1,24$$

Por cada dólar de egresos, el proyecto tendrá \$1,24 de ingresos o a su vez, \$0,24 centavos de utilidad.

5.8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Cuadro 99 Punto de equilibrio año 1 (2014).

USD Dólares.

RUBROS	VENTAS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Ingresos	193.194,67		
Otros costos indirectos		5.603,81	
Depreciación de producción		515,38	
Gastos administrativos		29.395,57	
Gasto publicidad		2.749,82	
Combustible		899,94	
Mantenimiento		2.083,20	
Depreciación de ventas		869,96	
Gasto interés		3.532,62	
Materia prima directa			72.486,64
Mano de obra directa			18.020,21
Materia prima indirecta			11.186,51
Mano de obra indirecta			7.011,40
Sueldo personal ventas			17.702,95
TOTAL	193.194,67	45.650,30	126.407,71

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Fórmulas de cálculo:

En unidades monetarias:

En unidades de producción:

$$PE\$ = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTA}}$$

$$PE \text{ en u. p.} = \frac{PE\$}{Pvu}$$

$$PE\$ = \frac{45.630,30}{1 - \frac{126.407,71}{193.194,67}}$$

$$PE \text{ en u. p.} = \frac{132.052,66}{13,02}$$

$$PE\$ = 132.052,66$$

$$PE \text{ en u. p.} = 10.142$$

5.8.7. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).

Para obtener esta información se relaciona los flujos netos de caja con la inversión inicial.

Cuadro 100 Período de recuperación de la inversión.

USD Dólares.

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS	FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS
0	52.276,88		
1		4.099,81	4.099,81
2		7.790,17	11.889,98
3		15.793,52	27.683,50
4		28.472,39	56.155,88
5		38.764,11	94.919,99

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

Cálculo:

$$\begin{aligned}27.683,50 &= \sum 3 \text{ años} \\52.276,88 &= \text{Inversión} \\52.276,88 - 27.683,50 &= 24.593,39 \\28.472,39 / 12 &= 2.372,70 \\24.593,39 / 2.372,70 &= 10,37 \text{ (meses)} \\(10,37 - 10) * 30 &= 10,95 \text{ (días)}\end{aligned}$$

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

La inversión inicial que se realizará en la empresa, se recuperará en 3 años y 10 meses y 11 días, por lo tanto el negocio es rentable.

✓ **Resumen de indicadores de evaluación financiera.**

El propósito de realizar un resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general del proyecto.

Cuadro 101 Indicadores de evaluación financiera.

Indicador	Valor	Conclusión
Tasa de Redescuento Medio (TRM)	13,41%	Viable
Valor Actual Neto (VAN)	42.643,11	Viable
Tasa Interna de Retorno (TIR)	32,45%	Viable
Relación Costo – Beneficio	1,82	Viable
Relación Ingresos – Egresos	1,24	Viable
Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias Año 1	132.052,66	Viable
Punto de Equilibrio en Unidades de Producción Año 1	10.142	Viable
Período de Recuperación de la Inversión	3 años, 10 meses, 11 días	Viable

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

De acuerdo a lo que demuestran los indicadores se puede concluir que, el proyecto es viable de ejecutarse; y por ende, es interesante para los accionistas siempre y cuando los escenarios de mercado no sufran grandes variaciones.

1.2 Análisis de sensibilidad.

Para el análisis de sensibilidad se realizó un variación del 2% en los ingresos y en los costos de producción por lo que los resultados de los indicadores de evaluación financiera muestran los siguientes resultados:

Cuadro 102 Análisis de sensibilidad.

Indicador	Valor	Conclusión
Tasa de Redescuento Medio (TRM)	13,76%	No Viable
Valor Actual Neto (VAN)	- 22.876,46	No Viable
Tasa Interna de Retorno (TIR)	1,99%	No Viable
Relación Costo – Beneficio	0,53	No Viable
Relación Ingresos – Egresos	1,12	No Viable
Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias Año 1	153.813,94	No Viable
Punto de Equilibrio en Unidades de Producción Año 1	11.814	No Viable
Período de Recuperación de la Inversión	Más de 5 años	No Viable

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Los Autores.

El cuadro anterior permite concluir que el proyecto es altamente sensible al sufrir una variación en menos del 2% en sus ingresos y costos ya que los indicadores demuestran la no factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

6.1. ASPECTO LEGAL DE LA EMPRESA.

Para la creación y funcionamiento de una empresa en la ciudad de Ibarra, se deben cumplir con requisitos que se detallan a continuación.

- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - ↳ Copia de la cédula del representante legal.
 - ↳ Copia del certificado de votación.
 - ↳ Recibo del pago de agua, luz o teléfono.
- ✓ Permiso de los Bomberos.
- ✓ Obtener la Patente Municipal.
 - ↳ Recibo del último pago del impuesto predial.
 - ↳ Copia del RUC.
 - ↳ Documentos personales del representante legal.
- ✓ Permiso del Ministerio de Salud Pública.
 - ↳ Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
 - ↳ Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
 - ↳ Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
 - ↳ Entrega del informe final.
 - ↳ Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, vigencia de un año.
- ✓ Escritura de Constitución de la Empresa.
- ✓ Nombramiento del Representante Legal de la Empresa.
- ✓ Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.

La escritura de constitución debidamente notariada legaliza el funcionamiento de la empresa. La disolución de la organización, se practicará con arreglo y de acuerdo a las normas que se establecen en el contrato de constitución.

La empresa será legalmente reconocida por la Superintendencia de Compañías, ya que cumplirá con todos los requerimientos para constituirse como una Sociedad Anónima.

6.2. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

6.2.1. LA EMPRESA.

La Ley de Compañías, establece 5 tipos de compañías de comercio:

- ✓ La Compañía en Nombre Colectivo.
- ✓ La Compañía en Comandita Simple y Dividida en Acciones.
- ✓ La Compañía de Responsabilidad Limitada.
- ✓ La Compañía Anónima.
- ✓ La Compañía de Economía Mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

La empresa se constituirá como Compañía Anónima, con la aportación de los capitales de los socios, y su razón social deberá ir acompañada de las palabras “compañía anónima”, “sociedad anónima”, o las siglas C.A o S.A.

La sociedad se conformará con dos socios y durante su existencia jurídica se considerará la posibilidad de admitir nuevos socios, quienes serán parte de la junta general de accionistas.

La constitución de la empresa será en función de lo establecido en la Ley de Compañías.

6.2.2. RAZÓN SOCIAL.

El nombre que se escogió para la empresa es PROALVIDSA S.A., que significa Productos Alimenticios Vida Saludable, debido a que los menús que se prepararan

contendrán un alto valor nutricional que permita mejorar el estilo de vida y mantener una dieta equilibrada en las personas diabéticas.

6.2.3. MISIÓN.

La misión es:

Producir y comercializar alimentos para diabéticos basándonos en dietas establecidos por especialistas, con alto valor nutricional y bajos en grasas, calorías y azúcares, garantizando en nuestros clientes un estilo de vida saludable.

6.2.4. VISIÓN.

La visión es:

En cinco años ser reconocidos como una empresa líder en el mercado que ofrece alimentos sanos y nutritivos; logrando convertirnos en la auténtica representación de la cultura gastronómica para diabéticos.

6.2.5. POLÍTICAS.

PROALVIDSA S.A. está comprometida en cumplir con la seguridad de los alimentos y con la satisfacción de nuestros clientes, a través de procesar y comercializar alimentos, dentro de un proceso de mejora continua, cumpliendo con los requisitos legales y reglamentarios del sector alimenticio.

Sus políticas son:

- ✓ Dotar a la empresa de recursos adecuados que permitan cumplir con los objetivos.
- ✓ Cumplir con la legislación sanitaria para ofrecer productos de calidad.
- ✓ Diseñar y aplicar procesos productivos, estandarizados y específicos.
- ✓ Desarrollar y ejecutar programas de capacitación a todo el personal.

- ✓ Realizar evaluaciones permanentes a todos los procesos de la organización para lograr un mejoramiento continuo acorde con las necesidades y exigencias del mercado.
- ✓ Innovar constantemente para lograr procesos productivos más seguros, continuos y eficientes, obteniendo productos con alta calidad y productividad.

6.2.6. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.

✓ Objetivo General.

- ↳ Lograr posicionamiento en el mercado, a través de la implementación y utilización correcta de las herramientas de marketing, lo que a su vez permitirá el crecimiento de la empresa, en el ámbito estructural, económico y el incremento del target de clientes.

✓ Objetivos Específicos.

- ↳ Satisfacer las necesidades de la población diabética a través de la elaboración de un menú variado, con alto valor nutricional y de acuerdo a la dieta establecida por los especialistas o nutricionistas.
- ↳ Preparar los menús para diabéticos con alimentos 100% naturales, que permitan obtener un adecuado sabor que deleite el paladar de nuestros clientes.
- ↳ Obtener la rentabilidad esperada.
- ↳ Fortalecer constantemente la cadena de valor.

✓ Objetivos Estratégicos.

- ↳ Distribuir los menús a domicilio, para que el cliente se sienta cómodo en su hogar.
- ↳ Realizar alianzas estratégicas con clínicas, hospitales, grupos, organizaciones o asociaciones de diabéticos.

- ↳ Ofrecer un servicio de calidad que permita atraer más clientes que formen parte de nuestro target.
- ↳ Realizar campañas publicitarias que concienticen la importancia de llevar una dieta equilibrada a base de una alimentación saludable.

6.2.7. VALORES CORPORATIVOS.

Los valores corporativos que harán parte del día a día, y que siempre han hecho parte integral de una organización son:

- ✓ *Respeto:* Consideramos básico el respeto por nuestros clientes, para que nos acepten y continúen adquiriendo nuestros productos.
- ✓ *Honestidad:* En las negociaciones tanto con los clientes como con los proveedores.
- ✓ *Responsabilidad:* Virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas, responsabilidad en los despachos, entregando productos de calidad.
- ✓ *Cooperación:* Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.
- ✓ *Solidaridad:* La empresa siempre mantendrá un profundo sentido de responsabilidad social y entiende la solidaridad como primer requisito para poder esperar retribuciones por parte de la sociedad.
- ✓ *Eficiencia:* Brindar la mejor respuesta del mercado, suministrando a nuestros clientes productos de calidad, priorizando la puntualidad.

6.2.8. LOGOTIPO Y SLOGAN.

Como toda empresa necesita tener una imagen y frase que lo identifique, se creó un logotipo y lema con los que se pretende ubicar en la mente de los consumidores.

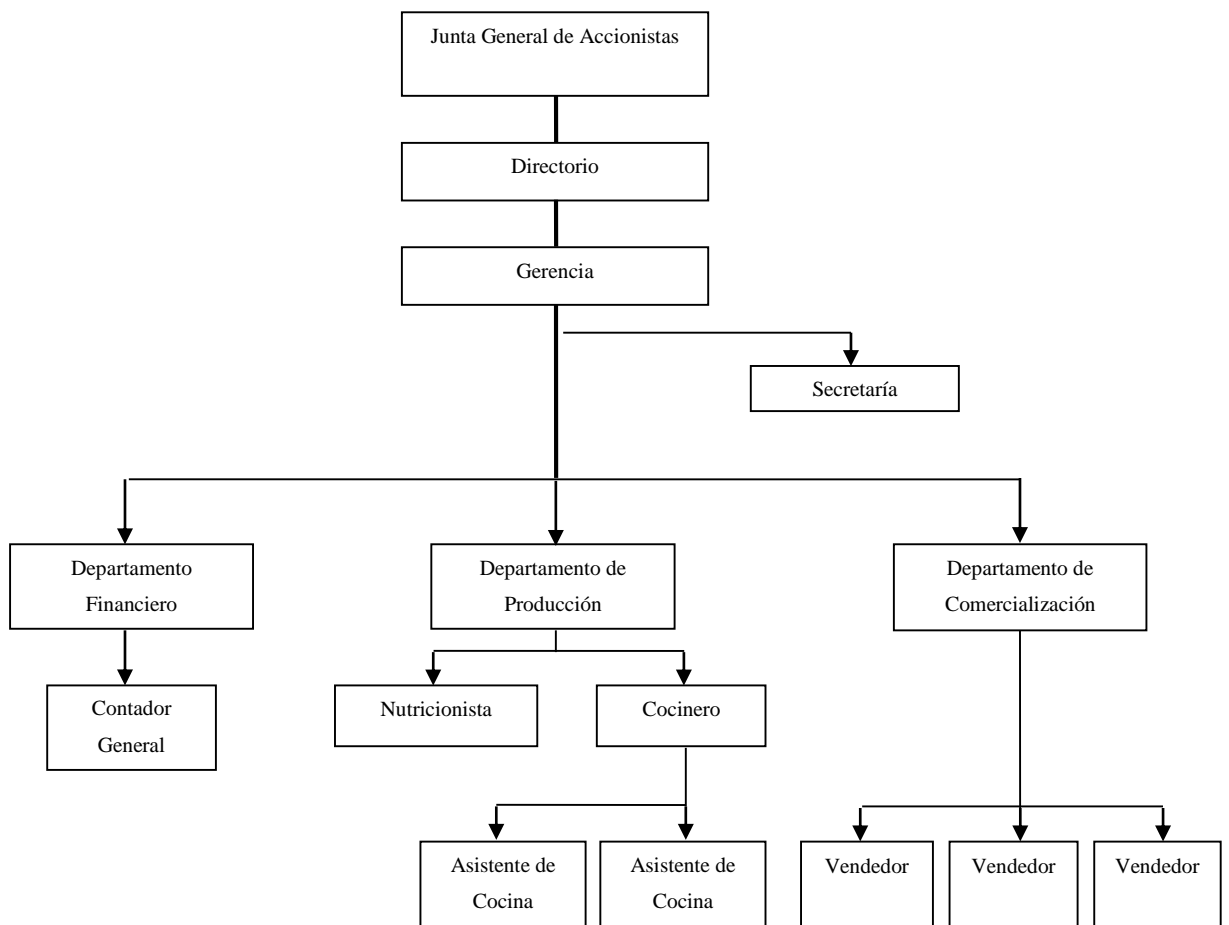
Gráfico 28 Logotipo de la empresa.



Elaborado por: Los Autores.

6.3. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.

Gráfico 29 Organigrama estructural de “PROALVIDSA”



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Los Autores

6.4. ORGÁNICO – FUNCIONAL.

En el ámbito empresarial uno de los retos más importantes a los que se enfrentan las autoridades de una organización es la determinación de las funciones y actividades que se les debe asignar a cada puesto de trabajo, ya que de una acertada distribución dependerá el grado de eficiencia del mismo.

✓ Junta General de Accionistas.

Representa la máxima autoridad, por esta razón no tiene ninguna dependencia funcional con los otros niveles de la empresa.

La Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, en su artículo 29 indica: “La Junta General de Accionistas se reunirá en la forma y para los efectos determinados en la Ley de Compañías, dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual, con el fin de conocer y resolver sobre el informe del directorio relativo a la marcha del negocio, los estados financieros y distribución de utilidades.”

Las principales funciones que deben cumplir son:

Cuadro 103 Junta General de Accionistas.


 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Legislativa.
Puesto	: Junta General de Accionistas.
Jefe Inmediato	: No aplica.
Supervisa a	: Directorio, Gerencia, Departamento Financiero, de Producción y de Comercialización.
Descripción	Representa la máxima autoridad, por esta razón no tiene ninguna dependencia funcional con los otros niveles de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos, y demás personal cuando la empresa así lo requiera. ➤ Determinar los lineamientos generales e importantes para el funcionamiento de la entidad. ➤ Conocer los estados financieros de la empresa. ➤ Resolver la distribución de beneficios sociales. ➤ Acordar todas las modificaciones al contrato social. ➤ Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la empresa.

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Los Autores.

✓ **Directorio.**

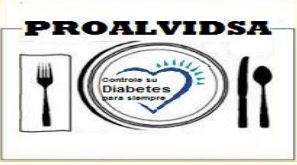
Cuadro 104 Directorio.

 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Administrativa.
Puesto	: Directorio.
Jefe Inmediato	: Junta General de Accionistas.
Supervisa a	: Gerencia, Departamento Financiero, de Producción y de Comercialización.
Descripción	Es el órgano necesario y permanente que tiene a su cargo la tarea de representar a la empresa, administrar y llevar a cabo los negocios.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por el cumplimiento de las formalidades prescritas por la ley para la existencia de la empresa. ➤ Vigilar el exacto cumplimiento de los acuerdos en las juntas generales. ➤ Cuidar, gestionar, administrar los bienes y recursos de la organización, así como también liderar, guiar y consolidar el equipo de trabajo que contribuye para alcanzar los fines y objetivos de la organización. ➤ Representar a la empresa en todos los asuntos relacionados con su giro, en operaciones comerciales o civiles. ➤ Convocar a las juntas generales de accionistas conforme a la ley y los estatutos.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ Gerente.

Cuadro 105 Gerente.


 <p style="text-align: center;">PROALVIDSA S.A.</p> <p style="text-align: center;">Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón) Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Administrativa.
Puesto	: Gerente.
Jefe Inmediato	: Directorio.
Supervisa a	: Departamento Financiero, de Producción y de Comercialización.
Descripción	Es el profesional que se encargará de dirigir, organizar, controlar y tomar decisiones referentes al progreso de la empresa. Velará por el cumplimiento de los objetivos y metas mediante el uso de estrategias, métodos y acciones necesarias para optimizar los factores de producción.
Responsabilidad del cargo	➤ Todas las atribuidas por los estatutos y el reglamento interno de PROALVIDSA S.A.
Responsabilidad sobre bienes e información	➤ <i>Equipos y materiales:</i> los que se le provea por parte de la empresa. ➤ <i>Información confidencial:</i> de clientes, proveedores y la empresa en general.
Perfil del cargo	➤ Título de Ingeniería en Administración de Empresas o carreras afines. ➤ Experiencia mínima de tres años. ➤ Edad entre 28 a 40 años. ➤ Dispuesto a trabajar bajo presión. ➤ Ser responsable en las funciones encomendadas. ➤ Creativo e innovador en las labores y actividades. ➤ Capacidad de liderazgo.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar y coordinar las actividades en equipo. ➤ Ser flexible y a la vez tener seguridad y firmeza. ➤ Agilidad para tomar decisiones. ➤ Conocimiento de paquetes informáticos y contables.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar las políticas, objetivos, metas de la empresa; cumplirlas y hacerlas cumplir a todo nivel. ➤ Realizar la planificación, organización, coordinación y control de los procesos productivos y administrativos. ➤ Elaborar planes estratégicos en función de los requerimientos de la empresa. ➤ Informar al personal sobre las acciones a seguir por la empresa. ➤ Contratar el personal y promover capacitaciones periódicas. ➤ Velar por el cumplimiento de cada una de las funciones de los empleados de la empresa.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ Secretaria.

Cuadro 106 Secretaria.


 <p style="text-align: center;">PROALVIDSA S.A.</p> <p style="text-align: center;">Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón) Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Administrativa.
Puesto	: Secretaria.
Jefe Inmediato	: Gerente General / Directorio.
Supervisa a	: No aplica.
Descripción	Se encargará de ejercer sus funciones de acuerdo a las necesidades de la empresa; además de ser un apoyo para el departamento contable.
Responsabilidad del cargo	<ul style="list-style-type: none">➤ Las actividades y decisiones necesarias para el cumplimiento de responsabilidades.➤ Realizar oficios y cartas según las peticiones de la gerencia y de los diferentes departamentos.➤ Enviar comunicados a proveedores, clientes y empleados de la empresa.➤ Archivar registros.
Responsabilidad sobre bienes e información	<ul style="list-style-type: none">➤ <i>Equipos y materiales:</i> los que se le provea por parte de la empresa.➤ <i>Información confidencial:</i> de clientes, proveedores y la empresa en general.
Perfil	<ul style="list-style-type: none">➤ Tener el título de Secretaria o en Ciencias Administrativas/Contables; o a su vez estar en los últimos niveles del proceso de formación.➤ Experiencia de un año.➤ Edad entre 20 a 30 años.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento de paquetes informáticos. ➤ Responsabilidad en las funciones encomendadas. ➤ Disposición para trabajar bajo presión. ➤ Iniciativa en el trabajo. ➤ Desempeñar las funciones inherentes a su cargo con eficiencia y calidad. ➤ Buenas relaciones humanas. ➤ Puntualidad, seguridad y firmeza.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener los archivos bajo custodia. ➤ Asumir las responsabilidades en el manejo de información a su cargo. ➤ Elaboración y reproducción de los informes relacionados con su área. ➤ Coordinar con la gerencia en las sesiones. ➤ Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración. ➤ Atender a los clientes. ➤ Realizar la facturación por las ventas efectuadas.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ Contador.

Cuadro 107 Contador.


 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Financiera-Contable.
Puesto	: Contador.
Jefe Inmediato	: Gerente General.
Supervisa a	: Vendedores.
Descripción	Profesional que se encargará de la parte contable, laboral y tributaria de la empresa; además de elaborar informes que permitan tomar las respectivas decisiones.
Responsabilidad del cargo	➤ Firma de responsabilidad en registros internos; así como también en notas de crédito, devoluciones, retenciones, facturas, reportes de ventas, reportes de cartera y toda la documentación necesaria y legal que represente un movimiento contable.
Responsabilidad sobre bienes e información	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Equipos y materiales:</i> los que se le provea por parte de la empresa. ➤ <i>Dinero:</i> custodia de cheques y efectivo. ➤ <i>Información confidencial:</i> información financiera.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener el título de Contador Público Autorizado. ➤ Experiencia de dos años. ➤ Edad entre 25 a 40 años. ➤ Conocimientos contables y tributarios actualizados. ➤ Conocimiento de paquetes informáticos y contables. ➤ Responsabilidad en su trabajo. ➤ Ética moral y profesional. ➤ Seguridad y firmeza.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en equipo. ➤ Buenas relaciones humanas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar la contabilidad de la empresa en forma clara y transparente. ➤ Realizar en forma oportuna las obligaciones tributarias. ➤ Se encargará de la afiliación de personal al IESS y los pagos correspondientes. ➤ Tener la documentación de control contable al día. ➤ Elaborar roles para el pago de salario a los empleados. ➤ Elaborar estados financieros cada fin de mes y poner a conocimiento de la gerencia. ➤ Informar periódicamente a la gerencia sobre novedades contables, financieras y tributarias. ➤ Asesorar en asuntos financieros cuando la gerencia lo amerite.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ **Nutricionista.**

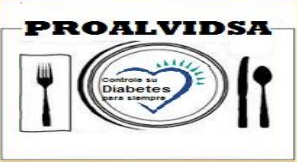
Cuadro 108 Nutricionista.

 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Producción.
Puesto	: Nutricionista.
Jefe Inmediato	: Gerente General.
Supervisa a	: Cocinero y asistente de Cocina.
Puesto	Nutricionista.
Descripción	Elaborar recetas acorde a cada cliente, además de brindar asesoría para el correcto cuidado de su salud.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Nutricionista de preferencia especializada en diabetes. ➤ Experiencia mínima de tres años de ejercer la profesión. ➤ Edad entre 27 a 40 años. ➤ Conocimiento de paquetes informáticos. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Ética moral y profesional. ➤ Facilidad de comunicación. ➤ Responsabilidad, puntualidad, honestidad. ➤ Amplios conocimientos en el área.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de una guía alimenticia. ➤ Coordinación en la preparación del menú diario. ➤ Informar oportunamente a la gerencia aspectos relevantes. ➤ Elaborar un informe de los avances con respecto al campo de la nutrición del paciente diabético.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ Cocinero.

Cuadro 109 Cocinero.


 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Producción.
Puesto	: Cocinero.
Jefe Inmediato	: Nutricionista
Supervisa a	: Asistentes de Cocina.
Descripción	Elaborar en coordinación con la nutricionista los menús para asegurar la calidad del producto. Tendrá a su cargo ayudantes de cocina que le permitan cumplir con los tiempos establecidos.
Responsabilidad sobre bienes	➤ Uso adecuado de los materiales de cocina y la maquinaria destinada para la preparación de los alimentos.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título que acredite sus conocimientos de Gastronomía. ➤ Experiencia mínima de tres años. ➤ Edad entre 27 a 35 años. ➤ Actitud de trabajo en equipo. ➤ Ética Moral. ➤ Don de mando. ➤ Responsabilidad y honestidad. ➤ Capacidad en toma de decisiones. ➤ Tener buena comunicación con el personal.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de aportar con conocimientos en la elaboración del menú. ➤ Encargado de la producción diaria. ➤ Responsabilidad en el manejo de los recursos humanos y materiales de producción.

	<ul style="list-style-type: none">➤ Vigilar y coordinar con los asistentes de cocina las operaciones que se desarrollen en el área de producción.➤ Informar oportunamente al gerente sobre aspectos relacionados con la producción.➤ Adquirir todos los alimentos para la preparación de los mismos.➤ Controlar la entrada y salida de equipos de trabajo, algún tipo de maquinaria, insumos y otros.➤ Controlar el orden y limpieza del área de producción.
--	--

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ **Asistente de Cocina.**

Cuadro 110 Asistente de cocina.


 <p>PROALVIDSA S.A.</p> <p>Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón)</p> <p>Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Unidad	: Producción.
Puesto	: Asistente de Cocina
Jefe Inmediato	: Cocinero / Nutricionista.
Supervisa a	: No aplica.
Descripción	Cumplir con cada uno de los requerimientos tanto del cocinero como de la nutricionista para la elaboración de los menús.
Responsabilidad sobre bienes	➤ Uso adecuado de los materiales de cocina y la maquinaria destinada para la preparación de los alimentos.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título que acredite sus conocimientos en Gastronomía. ➤ Experiencia de un año. ➤ Edad entre 23 a 30 años. ➤ Responsable, puntual, honesto. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Ética moral y profesional. ➤ Facilidad de comunicación. ➤ Buenas relaciones humanas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar funciones de asistente del chef, en cuanto la preparación de alimentos. ➤ Preparar los insumos necesarios para la cocción de los alimentos. ➤ Apoyo en la planificación del menú. ➤ Mantenimiento y aseo del área de producción y de los enseres de cocina.

	➤ Aplicar eficientemente cada proceso establecido para la elaboración del menú.
--	---

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

✓ **Vendedor.**

Cuadro 111 Vendedor.

 <p style="text-align: center;">PROALVIDSA S.A.</p> <p style="text-align: center;">Ibarra: Calle Sucre 4-32 y Rocafuerte (Frente a la Plazoleta Francisco Calderón) Teléfono: 2 611-940 / 2 955-125 E-mail: proalvidsa@hotmail.com</p>	
Puesto	Vendedor.
Descripción	Entregar el producto final al cliente en el tiempo considerado.
Responsabilidad sobre bienes	➤ Uso adecuado de los vehículos; estrictamente para realizar actividades del trabajo.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Edad entre 25 a 35 años. ➤ Experiencia de dos años. ➤ Trabajo bajo presión. ➤ Conocimiento en el manejo de motos. ➤ Responsable, puntual, honesto. ➤ Ética moral y profesional. ➤ Facilidad de comunicación. ➤ Buenas relaciones humanas. ➤ Trato al cliente.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entregar el menú en el domicilio del cliente. ➤ Responsable en la venta y promoción del producto de la empresa. ➤ Constatar si la producción está dentro de las exigencias del cliente. ➤ Informar oportunamente a gerencia para la toma de decisiones.

	<ul style="list-style-type: none">➤ Mejoramiento del servicio al cliente con el fin de mantener la distribución y comercialización del producto elaborado.➤ Mantener un carácter apropiado para la atención al cliente.
--	--

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS.

El presente capítulo permitirá realizar un análisis detallado de los aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. Para la evaluación de los resultados de los impactos, se utilizará una matriz de valores que medirá el nivel de ventaja o desventaja del proyecto, la cual se estructura de la siguiente manera:

Cuadro 112 Tabla de valoración de impactos.

Nivel	Significado
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores

El siguiente análisis técnico de los impactos que el presente trabajo generará se basa en la utilización de la matriz de impactos, la cual tiene el siguiente procedimiento: en el eje vertical se determinan para cada área una serie de indicadores y en el horizontal están determinados los niveles de impacto descritos en la tabla anterior.

A cada indicador se le asigna un nivel de impacto, luego se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y éste resultado se lo divide para el número de indicadores, produciéndose de esta manera el valor del impacto general del área.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

De donde:

Σ = Sumatoria de la calificación de los indicadores.

N = Número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis, en el cual se argumenta o se explica las razones por las que se asignó determinado nivel de impacto a cada indicador; así como el impacto global del área.

Los principales impactos a analizarse en la realización del proyecto son los siguientes: social, económico, empresarial y ético.

Una vez realizada las matrices de cada impacto, se plantea una matriz general con su respectivo análisis, el cual permite indicar el impacto global del proyecto.

7.1. IMPACTO SOCIAL.

Cuadro 113 Impacto social.

Nivel de Impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Calidad de vida							X	3
Fuente de empleo						X		2
Ahorro de tiempo							X	3
Trabajo sin distinción de género							X	3
Total								11

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,75 equivalente a impacto alto positivo.

El resultado de la matriz indica que el nivel de impacto del proyecto es alto positivo en cuanto al aspecto social se refiere, ya que los indicadores revelan lo siguiente:

- ✓ Mejorará la calidad de vida de los beneficiarios directos e indirectos de la empresa. A los directos (diabéticos) ya que se les proporcionará los alimentos y el asesoramiento que permitirá prolongar su vida. A los indirectos (socios y empleados) brindará un progreso de carácter económico.
- ✓ Generación de fuentes de empleo, ya que se contratará el suficiente personal idóneo que permita cubrir la demanda establecida por la empresa; y sobretodo permitirá mejor el estilo de vida de muchas familias.
- ✓ Existirá ahorro de tiempo en la vida diaria de los clientes de la empresa por cuanto dispondrán de más tiempo para compartir con su familia, o a su vez realizar cualquier otra actividad.
- ✓ El personal que ingrese a la empresa será seleccionado de acuerdo a sus capacidades y habilidades, no se hará ninguna clase de distinción de género en ámbitos sociales, culturales, de raza o religión.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO.

Cuadro 114 Impacto económico.

Nivel de Impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Estabilidad laboral						X		2
Rentabilidad							X	3
Inversión							X	3
Posicionamiento en el mercado						X		2
Total								10

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,50 equivalente a impacto alto positivo.

En esta matriz se puede apreciar que el impacto económico del proyecto es alto positivo ya que en este aspecto se puede avizorar grandes beneficios como son:

- ✓ La empresa brindará mediante la estabilidad laboral un apoyo fundamental a sus trabajadores y sus familias en cuanto al aspecto económico se refiere, ya que contarán con su respectiva remuneración además de los beneficios de ley; lo cual permitirá un progreso en éste aspecto.
- ✓ Es un negocio rentable a un corto plazo, no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado demuestra que sí existe una demanda insatisfecha por lo que el producto tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.
- ✓ La inversión para el proyecto no es demasiado significativa, un porcentaje propio y en su mayoría financiado, mismo que a largo plazo se recuperará, lo que significa que el proyecto es viable y puede ser puesto en marcha.
- ✓ Se espera que la empresa logre un buen posicionamiento en el mercado en el corto plazo, debido a que no existe una oferta representativa por lo que se quiere estar en la mente del consumidor y esto se busca a través de la publicidad boca - boca por medio de los clientes.

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL.

Cuadro 115 Impacto empresarial.

Nivel de Impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Servicio personalizado							X	3
Valor agregado							X	3
Estilo de gestión						X		2
Clima organizacional						X		2
Total								10

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,50 equivalente a impacto alto positivo.

La matriz indica que el impacto empresarial del proyecto es un impacto alto positivo siendo los beneficios:

- ✓ Atención de servicio personalizado puerta a puerta, desde el embarque del producto en la empresa hasta la entrega del mismo al cliente.
- ✓ El valor agregado que brindará la empresa será el asesoramiento nutricional a cada cliente y el servicio a domicilio.
- ✓ Se aplicará un estilo de gestión participativo, tomando en cuenta las opiniones de todos quienes conforman la empresa, con el único fin de disminuir las debilidades y aumentar las fortalezas, logrando una mejor productividad y por ende posicionamiento y crecimiento en el mercado.
- ✓ El clima organizacional se basará en el trabajo en equipo, ya que es una de las condiciones de trabajo que influye de forma positiva en los trabajadores porque

permite desarrollar el compañerismo, obteniendo resultados beneficiosos tanto a nivel empresarial así como también quienes la conforman.

7.4. IMPACTO ÉTICO.

Cuadro 116 Impacto ético.

Nivel de Impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Cumplimiento de leyes						X		2
Prestación de servicios sin recargos							X	3
Producto entregado a tiempo						X		2
Buen trato a los clientes							X	3
Total								10

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Los Autores.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,50 equivalente a impacto alto positivo.

En lo que respecta al impacto ético, el proyecto tendrá un nivel de incidencia alto positivo debido a que dentro de la ética y la moral el proyecto está orientado a:

- ✓ Cumplimiento total de las leyes tributarias, pagando a tiempo todos los impuestos.
- ✓ Los servicios adicionales que prestará la empresa como son la evaluación nutricional y la entrega a domicilio no tendrán ningún recargo extra, ya que son el valor agregado que se da al producto.
- ✓ La entrega a tiempo del producto a los clientes, será una de las principales fortalezas de la empresa, ya que el cumplimiento en horarios es muy importante en la alimentación de los diabéticos.

- ✓ Se respetará y atenderá a los clientes brindándoles el mejor trato, ya que ellos constituyen la razón de ser de la empresa.

7.5. IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO.

Cuadro 117 Impacto general del proyecto.

Impacto	Nivel Positivo	Nivel Negativo	Total
Social	2,75		2,75
Económico	2,50		2,50
Empresarial	2,50		2,50
Ético	2,50		2,50
Total			10,25

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Los Autores.

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum}{N}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{10,25}{4}$$

Impacto General = 2,56 equivalente a impacto alto positivo.

Con el análisis pormenorizado efectuado en la presente matriz general de impactos, se determinó que la incidencia por parte del proyecto en la población investigada en los aspectos social, económico, empresarial y ético es alta positiva; lo que indica que el presente proyecto es factible en beneficio principalmente de los diabéticos así como también de quienes conforman la empresa.

CONCLUSIONES.

Una vez finalizado el estudio de los capítulos del presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Con el análisis del diagnóstico se pudo conocer la situación actual de la ciudad de Ibarra así como el número de personas diabéticas existentes; se pudo evidenciar que no se ha prestado atención a este segmento de mercado en cuanto a la alimentación se refiere, convirtiéndose de ésta manera en un nicho potencial del cual se puede obtener muchos beneficios, ya que Ibarra es un cantón que está en proceso de crecimiento.
- ✓ Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionan la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.
- ✓ El estudio de mercado permitió medir la demanda insatisfecha en un segmento de la población al cual no se le ha prestado mucha atención y que en los últimos años ha mostrado un importante crecimiento tal y como es la población diabética, el proyecto permitirá a la empresa cubrir las necesidades de muchos clientes; en definitiva, se tiene una gran aceptación en el mercado con lo cual se puede aseverar que el producto/servicio a comercializar tendrá una gran acogida y con el tiempo una gran expansión de mercado, siendo el valor agregado la principal fortaleza que contribuirá a este crecimiento. Todo esto se puede concluir en vista de que en el mercado solo existe un oferente de las mismas características pero no se conoce de su existencia, por lo que la implementación de la empresa augura un gran rédito en diversos aspectos tanto para beneficiarios directos como indirectos.
- ✓ En el estudio técnico se determinó que la implantación de la empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en el centro de la ciudad garantiza una rápida distribución del producto, ya que se encuentra en un punto equidistante con lo cual se cumple con las expectativas del cliente y a su vez las metas de la empresa.

- ✓ En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que este es factible financieramente, debido a que presenta un VAN positivo de \$42.643,11 y un TIR del 32,45% mismo que es mayor que la tasa de descuento la cual se ubica en 13,41%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad. Mediante el estudio económico financiero se determina una factibilidad potencial del proyecto ya que las condiciones del entorno así lo permiten.
- ✓ La estructura orgánica de la empresa está conformada por una junta general de accionistas, directorio, personal administrativo y operativo necesario para su correcto funcionamiento.
- ✓ Por último se concluye que los posibles impactos que genera el proyecto son altamente positivos en el ámbito social, económico, empresarial y ético.

RECOMENDACIONES.

En base a las conclusiones anteriores se plantea las siguientes recomendaciones:

- ✓ Aprovechar el segmento de mercado al cual se está dirigiendo ya que muestra un gran desinterés, tomando en cuenta esto la empresa podrá con el tiempo lograr un mayor crecimiento siempre y cuando el valor agregado y los valores sean los ejes que permitan direccionar al éxito empresarial.
- ✓ Continuar investigando, primero para ampliar los conocimientos sobre éste importante tema; y, en segundo lugar para dotarle a la empresa de información adecuada, actual y oportuna sobre los cuidados alimenticios en la diabetes, el comportamiento del consumidor, nuevas técnicas y sistemas de trabajo, mejores mecanismos de producción, así como también nuevas técnicas de manejo empresarial para éste tipo de negocio.
- ✓ Captar el mercado paulatinamente, conforme a la capacidad instalada de la empresa, diseñando un plan de marketing que fomente una comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales y que permita lograr un crecimiento económico-empresarial.
- ✓ Aprovechar la ubicación estratégica tanto para la recepción de materia prima, adquisición de insumos necesarios para la producción, movilización del personal y clientela; así como también para la facilidad en la comercialización del producto terminado, efectuando de esta manera una distribución eficiente.
- ✓ Para el éxito del presente proyecto se estima conveniente que las instituciones financieras presten mayores facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos para cubrir la mayor cantidad de demanda insatisfecha existente. Sin embargo, la actividad productiva propuesta garantiza un elevado flujo de ingresos y utilidades, mismas que si son reinvertidas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para

la ampliación y desarrollo futuro del proyecto así como la mejora de los trabajadores, se logrará un crecimiento empresarial.

- ✓ Aumentar y mejorar el apoyo por parte de las autoridades en todos sus niveles a éste tipo de proyectos, ya que el principal fin es combatir un problema social y mejorar el estilo de vida tanto de beneficiarios directos como indirectos.

- ✓ Apoyar éste tipo de proyectos, ya que la comunidad es la más beneficiada, debido a la toma de conciencia en el estilo de vida que se lleva, así como del alcance y los logros que se puede obtener cuando se une esfuerzos y se trabaja por un mismo fin, enfrentado firmemente las diferentes dificultades que se puedan presentar.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

BIBLIOGRAFÍA.

- ARBOLEDA VÉLEZ, Germán; Proyectos; “*Formulación, Evaluación y Control*”; AC Editores; Colombia; Año 2.007.
- BACA URBINA, Gabriel; “*Evaluación de Proyectos*”; Mc Graw Hill Editores; Sexta Edición; México; México D.F. Año 2.010.
- BERNAL, Augusto; “*Metodología de la Investigación*”; Pearson Educación; Segundo Edición; México; México D.F.; Año 2.006; 286 páginas.
- BRAVO VALDIVIEZO, Mercedes; “*Contabilidad General*”; Editora Nuevo día; Novena Edición; Ecuador; Quito; Año 2.009.
- CASTRO ORTEGA, Alfonso; “*Proyectos de Inversión*”; Compañía Editorial Continental; Primera Edición; México; México D.F.; Año 2.006; páginas 412.
- CASTRO, José Nicolás Jany; “*Investigación Integral de Mercados*”; Avances para el Nuevo Milenio; MC Graw Hill Editores; Colombia; Bogotá; Año 2.009.
- “*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*”; Registro Oficial 351, Suplemento, del 29 de Diciembre del 2.010.
- CORDERO, Susana; “*Ibarra Ciudad que fue Fundada la Víspera: Volumen 5*”; Imprenta Mariscal; Ecuador; Año 2.006.
- CHEVES, Osvaldo; “*Teoría Contable Básica*”; Ediciones Macchi; Primera Edición; Año 2.010.
- CHILQUINGA, Manuel; “*Costos*”; Primera Edición; Imprenta Offset Graficolor; Año 2.007, páginas 403.
- DIARIO EL NORTE; “*La Diabetes es un mal Silencioso*”; Periódico N° 8884; Página 9; Ecuador; Ibarra; Año 2.011.

- JURADO MORENO, Pablo; *“Revista Tu destino es Ibarra”*; Créditos: Ilustre Municipio de Ibarra; Ecuador; Ibarra, Año 2.008.
- LARA VILLEGAS, Eduardo; *“Auditoría Financiera”*; Ecuador; Ibarra; Año 2.010.
- *“LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO”*; Registro Oficial 209, Suplemento, del 08 de junio del 2.010.
- MUNCH Lourdes; ANGELES Ernesto; *“Métodos y Técnicas de Investigación”*; Editorial Trillas; Cuarta Edición; México; México D.F.; Año 2.009; páginas 167.
- MURCIA M, Jairo Darío; *“Proyectos: Formulación y Criterios de Evaluación”*; Alfaomega Grupo Editor; Primera Edición; México; México D.F.; Año 2.009.
- NASSIR, Reinaldo; NASSIR, Sapag; NASSIR, Chaing; *“Preparación y Evaluación de Proyectos”*; Mc Graw Hill Interamericana S.A.; Quinta Edición; México; México D.F. Año 2.008; páginas 445.
- *“REGLAMENTO AL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES”*; Registro Oficial 29 de Diciembre del 2.010.
- REY POMBO, José; *“Contabilidad General”*; Ediciones Paraninfo; Segunda Edición; España; Madrid; Año 2.011; páginas 471.
- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE NUTRICIÓN COMUNITARIA; *“Guía de la Alimentación Saludable”*; España; Madrid; Año 2.004; páginas 105.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS; *“Ley de Compañías”*; Corporación de Estudios y Publicaciones; Edición 14va; Año 2.010.
- VARELA VILLEGAS, Rodrigo; *“Evaluación Económica de Proyectos de Inversión”*; Mc Graw Hill Interamericana S.A.; Séptima Edición; Colombia; Bogotá; Año 2.010; páginas 489.
- VELOZ CAZA, Miguel Ángel; RON Verónica; *“Stevia: Manual del Cultivo Orgánico de Stevia”*; Imprenta Servigraf; 1.000 ejemplares; Año 2.010.

- ZAPATA L., Jorge E.; *“Análisis Práctico y guía de Implementación de NIIF 2.011”*; Segunda Edición; Artes Gráficas Silva; Ecuador; Quito; Año 2.011; páginas 257.

LINKOGRAFÍA.

- ÁLVAREZ, Carlos; 2.009; “*Producción y Productividad*”; <http://www.elergonomista.com/dom01.html>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; “*Sector Monetario y Financiero*”; Tasas de Interés; <http://www.bce.fin.ec>
- CDC DIVISIÓN DE DIABETES; “*Controle su Diabetes: Guía para el Cuidado de su Salud*”; <http://www.cdc.gov/diabetes/spanish>
- DECONCEPTOS.COM; “*Concepto de menú*”; <http://deconceptos.com/index.php?s=menu&x=0&y=0>
- EDITORIAL MC GRAW HILL; “*Marketing, Producción y Costes de Producción*”; Año 2.008; <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-produccion-costes/marketing-definicion-objetivos-produccion>
- FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE DIABETES; “*La Diabetes*”; Año 2.013; <http://www.idf.org/diabetesatlas/5e/es/sobre-la-federacion-internacional-de-diabetes?language=es>
- GARCÍA, Mignelys; CÁRDENAS, Julio; VIDAL, Jorge Luis; Marzo del 2007; “*Reflexiones Teóricas sobre la Comercialización de Productos y Servicios Universitarios*”; <http://www.gestiopolis.com/canales8/mkt/comercializacion-de-productos-universitarios.htm>
- HERMIDA PORTO, Leticia; REGUEIRO MIRA, María; “*Información para Pacientes sobre la Diabetes Mellitus*”; http://www.fisterra.com/salud/1infoconse/diabetes_mellitus.asp
- ILUSTRE MUNICIPIO DE IBARRA; <http://www.ibarra.gob.ec/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO; “*Censo de Población y Vivienda 2.010*”; <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO; “Anuario de Egresos Hospitalarios de Pacientes que Registran Diabetes a Nivel Nacional”; <http://www.inec.gob.ec/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO; “Reporte de Inflación Anual 2.012”; <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- NATIONAL DIABETES INFORMATION CLEARINGHOUSE (NDIC); “Prevención de la Diabetes Tipo 2”; <http://www.geosalud.com/diabetesmellitus/prev.diabetes2.htm>
- NEGRETE, Nancy; 8 de Marzo del 2.011; “El 6% de la Población de Ecuador padece Diabetes”; <http://www.elmercurio.com.ec/272011-el-6-de-la-poblacion-del-ecuador-padece-diabetes.html>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD; Septiembre de 2.011; “Diabetes”; <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/es/index.html>
- THOMPSON, Iván; Junio del 2.008; “El Estudio de Mercado”; <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- VIVES SERRA, Roser; GestionRestaurantes.com; Año 2.011; http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=680
- IX REUNIÓN DELEGACIONAL DE INVESTIGACIÓN MÉDICA; Edición Especial N° 8-2005; <http://www.respyn.uanl.mx/especiales/2005/ee-08-2005/documentos/23.htm>

ANEXOS.

ANEXO 1. ENCUESTA.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA.

Introducción.

Esta encuesta es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos en la misma serán de mucha ayuda para el éxito de esta investigación.

Objetivo General.

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra.

1) ¿Durante el transcurso del día, cuantas comidas se sirve usted?

- Desayuno ()
Break (entre desayuno y almuerzo) ()
Almuerzo ()
Break (entre almuerzo y merienda) ()
Merienda ()

2) La comida que consume es de:

- Alto valor calórico () Bajo valor calórico () Indiferente ()

3) ¿Tiene usted algún problema de salud como:

- Sobrepeso () Colesterol () Presión () Ninguno ()

4) Coloque una (D) si los alimentos de la siguiente lista son consumidos a diario, ó coloque una (O) si son consumidos ocasionalmente:

- Dulces, caramelos, pasteles ()
Bebidas Alcohólicas ()
Carnes, embutidos ()
Grasas (margarina, mantequilla) ()
Pescados, mariscos ()
Huevos ()
Carne blanca ()
Lácteos (yogurt, leche, queso) ()
Legumbres, verduras y hortalizas ()
Frutas ()
Pan, arroz, tallarín, harinas, cereales, papas ()
Comida rápida ()

- 5) **¿Sabe usted lo que es la diabetes?**
 Totalmente () Medianamente () Poco () Nada ()
- 6) **¿Conoce personas con diabetes?**
 Si () No ()
- 7) **¿Conoce las complicaciones de salud que ocasiona la diabetes?**
 Totalmente () Medianamente () Poco () Nada ()
- 8) **¿Conoce los cuidados que una persona diabética debe tener?**
 Totalmente () Medianamente () Poco () Nada ()
- 9) **¿Conoce qué alimentos debe consumir una persona diabética?**
 Totalmente () Medianamente () Poco () Nada ()
- 10) **¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a expender alimentación para diabéticos?
 Si responde si, indique la ciudad en donde se encuentra ubicada.**
 Si () Ciudad..... No ()
- 11) **La creación de una empresa de menús a domicilio para diabéticos en la ciudad de Ibarra le parece:**
 Muy Interesante ()
 Interesante ()
 No le importa si se crea o no ()
 Poco Interesante ()
 Nada Interesante ()
- 12) **Considera que la mejor ubicación para la empresa sería:**
 Los Ceibos ()
 Centro de la Ciudad ()
 Alrededores del Supermaxi ()
 Otra () Cuál?.....
- 13) **¿Qué medio publicitario le parece mejor para dar a conocer un producto?; de la siguiente lista marque una opción:**
 Prensa () Radio () TV () Páginas Web () Hojas Volantes ()
 Vallas Publicitarias () Redes Sociales ()
- 14) **De acuerdo a su criterio, elija el precio que estaría dispuesto a pagar por un menú diario, el cual está comprendido por 5 comidas:**
 Entre \$ 10 - \$ 15 ()
 Entre \$ 16 - \$ 20 ()
 Entre \$ 21 - \$ 25 ()
 Ninguno () ¿Cuál es su precio?.....

DATOS TÉCNICOS.

Género:

Masculino () Femenino ()

Ocupación:

Ama de casa () Empleado Público () Estudiante () Artesano
() Comerciante () Empleado Privado () Otro ()

Cual:.....

Edad:

Menor de 18 años () 19 – 25 () 26 – 32 () 33 – 39 () 40 - 46 ()
47 – 53 () Mayor de 54 años ()

Nivel de Instrucción:

Primaria () Secundaria () Superior ()

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Dr. Julio Miguel Andrade.

**Coordinador de la Estrategia Nacional e Intersectorial de Planificación
Familiar y Embarazos en Jóvenes (ENIPLA)**

Introducción.

Esta entrevista es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos en la misma serán de mucha ayuda para el éxito de esta investigación.

CUESTIONARIO.

1) ¿Qué es la diabetes y cuál es su causa?

En términos generales, la diabetes es una enfermedad metabólica y multifactorial, compuesta por muchos elementos; su causa se debe al descuido de la persona en cuanto a su salud y a los malos estilos de vida que se llevan en la actualidad.

2) ¿Cuántos tipos de diabetes existen?

Existen 2 tipos de diabetes:

- ✓ Diabetes tipo I (Insulina Dependiente): se adquiere desde el nacimiento.
- ✓ Diabetes tipo II (Diabetes del Adulto): es la que adquieren las personas adultas.

3) ¿Cree usted que existe desconocimiento respecto a esta enfermedad por parte de la población ibarreña?

Si existe desconocimiento tanto de la población ibarreña como la población ecuatoriana, ya que las personas no buscan información en cuanto a lo que deben consumir a diario. En nuestro medio existen malos hábitos alimentarios, razón por la cual las personas consumimos más carbohidratos de los que necesitamos, y esas calorías consumidas en exceso y no utilizadas por nuestro cuerpo se transforman en colesterol, lo que causa la diabetes.

4) ¿Cómo se puede prevenir ésta enfermedad?

La diabetes es una enfermedad que se previene con la educación desde una edad temprana, inculcando:

- ✓ La formación de conductas y comportamientos de la persona.
- ✓ Buenos hábitos nutricionales.
- ✓ Estilos de vida saludables.
- ✓ Hacer ejercicio y una dieta sana.
- ✓ La autorregulación en las comidas.
- ✓ Tomar conciencia de que la diabetes es una enfermedad que requiere de muchos cuidados.

5) ¿A qué edad es recomendable realizarse un examen de glucosa?

Existen dos puntos de vista para realizarse un examen de glucosa:

- a) Se debe realizar un examen de glucosa desde edades tempranas, si es que en la familia existen antecedentes de diabetes, es decir si se han presentado casos hereditarios.
- b) Para una persona normal, es recomendable hacerse un examen de glucosa a partir de los 20 años.

6) ¿Según usted, se están incrementando los casos de diabetes en la población Ibarreña?

Si se han aumentado los casos de diabetes en la población ibarreña, debido a que las personas llevan un estilo de vida sedentario y con malos hábitos alimentarios.

7) ¿Qué tratamiento debe seguir una persona que padece de diabetes?

El tratamiento de una persona diabética depende de 2 factores: un 50% del tratamiento depende del endocrinólogo, y el otro 50% depende de la persona diabética, ambos ayudan a mejorar y sobrellevar la enfermedad.

El tratamiento que debe seguir una persona con diabetes es:

- ✓ Consumir solamente lo que recomiende el doctor o el especialista.
- ✓ Hacer ejercicios y chequeos médicos continuos.

ANEXO 3. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Dr. Edison Cadena.
Director Hospital del IESS.

Introducción.

Esta entrevista es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos en la misma serán de mucha ayuda para el éxito de esta investigación.

CUESTIONARIO.

1) ¿Qué es la diabetes y cuál es su causa?

En términos generales, la diabetes es la subida de la glucosa en la sangre y su causa se debe a la falla de las células del páncreas.

2) ¿Cuántos tipos de diabetes existen?

Existen 2 tipos de diabetes:

- ✓ Diabetes tipo I: se adquiere desde el nacimiento de un bebe.
- ✓ Diabetes tipo II: es la que adquieren las personas adultas y las personas obesas que llevan un estilo de vida sedentario acompañado de una mala alimentación; además este tipo de diabetes también se da por razones hereditarias.

3) ¿Cree usted que existe desconocimiento respecto a esta enfermedad por parte de la población ibarreña?

Si existe desconocimiento, no solamente de la población ibarreña, sino a nivel de todo el país, ya que las personas no buscan información ni tampoco se preocupan por su salud, debido a que los síntomas de la diabetes no se presentan enseguida, la mayoría de estas personas acuden cuando la enfermedad se encuentra en una etapa grave.

4) ¿Cómo se puede prevenir ésta enfermedad?

La diabetes es una enfermedad que se puede prevenir de la siguiente manera:

- ✓ Hacer ejercicio.
- ✓ Mantener una dieta equilibrada.
- ✓ Llevar un control médico.

5) ¿A qué edad es recomendable realizarse un examen de glucosa?

Hoy en la actualidad, desde que nace un niño, se le debe hacer un examen de glucosa, y luego anualmente; sin embargo las personas adultas que no se hayan realizado dicho examen y presenten síntomas como: mucha sed, mucha hambre y mucha orina; se lo deben realizar, puesto que estos síntomas son los primeros que aparecen cuando una persona puede calificar como diabética.

6) ¿Según usted, se están incrementando los casos de diabetes en la población Ibarreña?

Si se han incrementado los casos de diabetes en la población ibarreña, porque no toman conciencia sobre esta enfermedad, porque existen muchas personas que no acuden al doctor ni siquiera para hacerse un chequeo general, por eso se dan las enfermedades que son causadas por la falta de cuidado del organismo.

7) ¿Qué tratamiento debe seguir una persona que padece de diabetes?

El tratamiento que debe seguir una persona con diabetes es:

- ✓ Cuidarse en la alimentación, es decir mantener una dieta según como la recomiende su doctor y nutricionista.
- ✓ Hacer ejercicios.
- ✓ Acudir al médico las veces que sean necesarias.

ANEXO 4. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE SALUD DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Dra. Yolanda Checa

Directora Hospital San Vicente de Paúl.

Introducción.

Esta entrevista es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos en la misma serán de mucha ayuda para el éxito de esta investigación.

CUESTIONARIO.

1) ¿Qué es la diabetes y cuál es su causa?

Es una enfermedad endocrinológica que se da por el mal funcionamiento del páncreas.

2) ¿Cuántos tipos de diabetes existen?

Existen 2 tipos de diabetes:

- ✓ Diabetes Insulina Dependiente.
- ✓ Diabetes del Adulto.

3) ¿Cree usted que existe desconocimiento respecto a esta enfermedad por parte de la población ibarreña?

Si existe desconocimiento, no solamente de la población ibarreña, sino a nivel de todo el país, porque las personas solamente poseen conocimientos básicos y generales en cuanto a la diabetes, es decir que ignoran las consecuencias a largo plazo de dicha enfermedad.

4) ¿Cómo se puede prevenir ésta enfermedad?

La diabetes es una enfermedad que se puede prevenir a través de la difusión de información a la población, con capacitaciones que generen educación en todos, para poder saber que es la diabetes y lo que será en un futuro.

5) ¿A qué edad es recomendable realizarse un examen de glucosa?

Para poder hacerse un examen de glucosa, depende de dos aspectos:

- ✓ Si hay antecedentes de la enfermedad en algún familiar, se lo debe hacer lo más rápido posible, caso contrario;
- ✓ Se lo puede hacer a una edad mínima de 20 años.

6) ¿Según usted, se están incrementando los casos de diabetes en la población Ibarreña?

No les puedo ayudar con esta pregunta porque no contamos con un análisis estadístico en cuanto al incremento de casos de diabetes en la ciudad de Ibarra; pero lo que si les puedo decir, es que si se han incrementado los casos de insuficientes renales.

7) ¿Qué tratamiento debe seguir una persona que padece de diabetes?

En términos generales, el tratamiento que debe seguir una persona que padece de diabetes es cambiar su estilo de vida actual, es decir, mejorarlo a través de una dieta equilibrada y nutritiva de acuerdo a lo que determine el especialista, sin olvidar que debe asistir a un control médico continuo.

ANEXO 5. ENTREVISTA DIRIGIDA A LA LICENCIADA SILVIA VILLALBA ESPECIALISTA EN DIABETES

Lcda. Silvia Villalba

Especialista en Diabetes (Gerente Propietaria de la Fonda del Negro).

Introducción.

Esta entrevista es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos en la misma serán de mucha ayuda para el éxito de esta investigación.

CUESTIONARIO.

1) ¿Cuántas comidas ofrece a diario? (Exclusivamente para personas diabéticas)

Se ofrece desayuno, almuerzo y merienda.

2) ¿Cuántas personas diabéticas considera usted que consumen la dieta?

Aproximadamente de 5 a 6 personas.

3) ¿Qué factores se debe tomar en cuenta antes de preparar un menú para personas diabéticas?

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Tipo de comida.
- ✓ Aporte de calorías de cada alimento.
- ✓ La diabetes la padece una persona obesa o delgada.
- ✓ A más de la diabetes, padece otra enfermedad.

4) ¿Cómo determinó el precio de venta de la dieta?

Para determinar el precio de venta de la dieta se tomó en cuenta:

- ✓ Sueldo del personal.
- ✓ Alimentos.
- ✓ Servicios básicos.
- ✓ Arriendo
- ✓ Porcentaje de utilidad.

5) ¿Cuántas personas trabajan en el restaurante y cómo se encuentran distribuidas?

En el restaurante trabajan diez personas y se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

- ✓ Una posillera.
- ✓ Una jefe de cocina.
- ✓ Cuatro auxiliares de cocina.
- ✓ Una nutricionista.
- ✓ Un auxiliar de compras y ventas.
- ✓ Dos salonereros.

6) ¿Con qué tipo de proveedores se maneja su empresa?

Se compra los productos a diferentes proveedores, entre ellos, mercados de la ciudad, abastos, pronaca, codenor, proveedores independientes de mariscos; en sí, personas o empresas que otorguen crédito para el pago.

7) ¿Cuál fue la inversión realizada?

Al momento de iniciar este negocio, se invirtió \$ 4.500 dólares y con cuatro personas trabajando.

8) Según su criterio: para crear una empresa que se dedique al expendio de menús a domicilio para diabéticos; ¿qué tipo de instalaciones debería tener?

La empresa debería contar con;

- ✓ Área de cocina fría y caliente.
- ✓ Bodega de frutas y verduras.
- ✓ Bodega de víveres secos.
- ✓ Posillería.
- ✓ Área de recepción de alimentos.
- ✓ Área de desperdicios.

9) ¿Cuánto tiempo lleva de funcionamiento en el mercado?

En el mercado se lleva seis años de funcionamiento.

10) ¿Cuál fue el principal motivo para ofrecer este tipo de alimentos?

Motivos de carácter familiar fueron los que impulsaron la idea de puesta en marcha del negocio.

11) ¿Cuál es su opinión respecto al crecimiento que muestra la diabetes en los últimos años?

La diabetes ha tenido un repunte importante en estos últimos años, y considero que si las personas desean tener un mayor tiempo de vida, deben tomar todos los cuidados necesarios, caso contrario, tendrán complicaciones que en el peor de los casos el resultado será el fallecimiento de la persona.

ANEXO 6. MENÚ UNO.

DESAYUNO
1 porción de fruta (sandía)
1 vaso de batido de tomate de árbol
1 taza de agua aromática
3 tostaditas de dieta
MEDIA MAÑANA
1 taza de melón picado
1/2 taza yogurt de dieta
ALMUERZO
1/2 plato de crema de brócoli
1 filete de lomo a la plancha
1/2 taza de puré de zanahoria blanca
1 taza de ensalada de col verde y pimiento rojo y amarillo
1/2 taza de mellocos guisados
1 vaso grande de jugo de guanábana
MEDIA TARDE
1 taza de colada de manzana
MERIENDA
1 taza de consomé de celestino
1 filete de tilapia al vapor
1 taza de ensalada de brócoli y zanahoria amarilla
3 rebanadas de tomate a la vinagreta
1 taza de té adelgazante

APORTE NUTRICIONAL MENÚ UNO.

TIEMPO DE COMIDA	PREPARACIONES	ALIMENTOS	CANTIDAD g/cc
DESAYUNO	1 porción de fruta (sandía)	Sandia	100
	1 vaso de batido de tomate de árbol	Leche entera	200
	1 taza de agua aromática	tomate de árbol	60
	3 tostaditas de dieta	pan tostado	90
MEDIA MAÑANA	1 taza de melón picado	Melón	100
	1/2 taza yogurt de dieta	yogurt dietético	60
ALMUERZO	1/2 plato de crema de brócoli	Brócoli	20
		zanahoria amarilla	10
		zanahoria blanca	10
		pechuga de pollo	100
		cebolla blanca	10
		cilantro	5
		Apio	5
	Ajo	5	
	1 filete de lomo a la plancha	Carne de res magra	150
	1/2 taza de puré de zanahoria blanca	zanahoria blanca	100
	1 taza de ensalada de col verde y pimiento rojo y amarillo	mantequilla	5
		col verde	20
	pimiento	10	
	1/2 taza de mellocos salteados	melloco	60
	1 vaso grande de jugo de guanábana	guanábana	60
	1 taza de colada de manzana	manzana	100
MEDIA TARDE		avena	10
MERIENDA	1 taza de consomé de celestino	huevo	60
		arveja tierna	20
		cebolla blanca	10
		Ajo	5
		zanahoria amarilla	10
	1 filete de tilapia al vapor	tilapia	150
	1 taza de ensalada de brócoli y zanahoria amarilla	brocoli	20
		zanahoria amarilla	10
		limón	5
		aceite de oliva	5
	3 rebanadas de tomate a la vinagreta	tomate riñón	30
		limón	5
		aceite de oliva	5
		cilantro	5
	1 taza de té adelgazante		

ANALISIS NUTRCIONAL MENÚ UNO.

ANALISIS CALÓRICO Y NUTRICIONAL DE MACRO Y MICRONUTRIENTES.										
ALIMENTO S	CAN T. g/cc	PROTEIN AS	GRASA S	CHO	CALCI O	FOSFOR O	HIERR O	VIT.C (a.asc o)	VIT. A	FIBR A
aceite de oliva	10	0,00	9,99	0,00	0,00	0,10	0,00	0	0,00	0,00
ajo	5	5	0,15	0,01	1,46	1,30	3,80	0,04	0,85	0,08
apio	5	0,17	0,04	0,35	12,15	5,75	0,15	3,6	0,17	0,16
arveja tierna	20	1,50	0,08	4,28	5,80	24,80	0,46	5,6	8,34	0,14
brocoli	40	17,60	2,40	0,28	35,60	43,20	0,08	36,4	74,67	0,00
carne de res magra	150	43,05	5,55	1,80	25,50	366,00	12,75	0	0,00	0
cebolla blanca	20	0,26	0,04	2,22	5,20	8,80	0,14	3,4	0,33	1,02
cilantro	10	0,45	0,07	0,66	16,70	8,30	0,39	10,4	53,33	0,00
col verde	20	0,24	0,02	1,26	5,60	6,60	0,18	7	134,34	1,26
guanábana	60	0,60	0,12	8,82	16,80	15,60	0,48	15	16,00	0,00
huevo	60	7,20	6,42	1,44	31,80	118,80	1,80	0	60,00	0,00
leche	200	6,20	6,20	9,40	184,00	368,00	0,40	0	11,66	1,60
limón	10	0,13	0,01	0,86	1,70	1,40	0,07	3,3	0,20	0,44
mantequilla	5	0,03	4,30	0,00	1,05	1,55	0,02	0	20,00	0,00
manzana	100	0,40	0,10	17,90	5,00	17,00	0,50	24	3,30	1,00
meloco	60	0,66	0,12	7,08	3,00	22,80	0,42	14,4	0,00	0,00
melón	100	0,40	0,10	6,30	14,00	20,00	0,40	21	116,67	0,30
pan tostado	100	0,00	4,70	62,10	39,00	167,00	2,00	0	0,00	0,80
pechuga de pollo	90	15,84	18,27	0,00	13,50	183,60	1,62	0	13,50	0,00
pimiento	10	0,10	0,04	0,63	1,30	2,70	0,07	15,7	11,00	0,04
sandía	100	0,70	0,10	5,70	7,00	12,00	0,50	2	23,33	0,10
tilapia	150	29,25	0,75	0,00	31,50	262,50	4,50	0	0,00	0,00
tomate de árbol	60	1,20	0,36	6,06	5,40	24,60	0,54	17,4	46,00	1,20
tomate riñón	30	0,30	0,18	1,53	3,00	8,40	0,21	9,6	18,00	18,00
yogurt dietético	60	2,04	1,02	3,12	72,00	56,40	0,00	0,6	11,58	0,00
zanahoria amarilla	30	0,18	0,18	29,94	9,90	5,70	0,42	0,9	0,00	0,36
zanahoria blanca	80	0,48	0,48	79,84	26,40	15,20	1,12	2,4	0,00	0,96
TOTAL		133,98	51,79	251,57	574,36	1768,00	33,02	192,74	623,27	27,46
% ADECUACIÓN		535,9	466,065	1006,28						
VALOR CALORICO TOTAL		2008,24								

ANEXO 7. MENÚ DOS.

DESAYUNO
1 rebanada de fruta (papaya, melón o sandía)
1 rebanada de queso de dieta (ricotta o queso fresco)
2 cucharadas de granola
1 taza de agua aromática
1 pan integral
MEDIA MAÑANA
1 manzana verde
1 taza de agua aromática
ALMUERZO
1/2 plato de sopa de quínoa
una presa de pollo al jugo (sin piel)
yuca al vapor (un trozo mediano)
1 taza de ensalada de rábanos tomate y zanahoria rallada
1/2 taza de arvejas guisadas
1 vaso de jugo de frutilla con avena
MEDIA TARDE
1 naranja pelada y destajada con zanahoria rallada
1 taza de agua aromática
MERIENDA
un filete de corvina al horno
1 taza de lechuga, tomate y aguacate
1 taza coliflor guisada
1 taza de té adelgazante

APORTE NUTRICIONAL MENU DOS

TIEMPO DE COMIDA	PREPARACIONES	ALIMENTOS	CANTIDAD g/cc
DESAYUNO	1 rebanada de fruta (papaya)	Papaya	60
	1 rebanada de queso de dieta (ricotta o queso fresco)	queso	30
	2 cucharadas de granola	avena	10
		quinua	10
		ajonjolí	5
		coco rallado	10
	1 pan integral	pan integral	100
1 taza de agua aromática			
MEDIA MAÑANA	Manzana verde	manzana verde	100
	1 taza de Agua aromática		
ALMUERZO	1/2 plato de sopa de quinua	quinua	20
	una presa de pollo al jugo (sin piel)	zanahoria amarilla	10
		leche	20
	yuca al vapor (un trozo mediano)	queso	30
	1 taza de ensalada de rábanos tomate y zanahoria rallada	cebolla	10
		pollo	150
	1/2 taza de arvejas guisadas	yuca	100
		rábanos	30
	1 vaso de jugo de frutilla con avena	limón	5
		zanahoria amarilla	20
		tomate riñón	20
		arveja tierna	40
		cebolla	10
		huevo	60
		frutilla	60
	avena	20	
MEDIA TARDE	1 naranja pelada y destajada con zanahoria rallada	naranja	120
	1 taza de agua aromática	zanahoria amarilla	20
MERIENDA	un filete de corvina al vapor	corvina	150
	1 taza de lechuga, tomate y aguacate	ajo	5
	1 taza coliflor guisada	coliflor	40
	1 taza de té adelgazante	cebolla	10
		leche	20
		lechuga	10
		tomate riñón	20
		aguacate	20
		huevo	60
		cilantro	10

ANÁLISIS NUTRICIONAL MENÚ DOS.

ANALISIS CALÓRICO DE MACRO Y MICRONUTRIENTES.										
ALIMENTOS	CAN T. g/cc	PROTEINAS	GRASAS	CH O	CALC IO	FOSFO RO	HIER RO	VIT. C (a.asc o)	VIT. A	FIB RA
ajo	5	0,15	0,01	1,46	1,30	3,80	0,04	0,85	0,08	0,03
Aguacate	30	0,42	5,25	1,83	3,90	14,10	0,21	2,4	6,00	0,48
Ajonjolí	5	0,87	2,86	0,78	73,55	32,55	0,35	0	0,08	0,05
arveja tierna	40	3,00	0,16	8,56	11,60	49,60	0,92	11,2	16,68	0,28
Avena	30	3,63	2,31	20,40	16,50	104,40	1,38	0	0,00	0,00
Cebolla	30	0,39	0,06	3,33	7,80	13,20	0,21	5,1	0,50	1,53
chochos	20	3,46	1,48	0,72	6,40	17,80	0,50	0	0,00	0,26
Cilantro	10	0,45	0,07	0,66	16,70	8,30	0,39	10,4	53,33	0,00
coco rallado	10	0,37	3,11	1,36	1,30	6,40	0,19	0,3	0,00	0,24
Coliflor	40	1,00	0,08	2,04	10,80	23,60	0,48	33,2	1,20	0,40
Corvina	150	26,10	0,30	0,00	46,50	214,50	2,10	0	69,00	0,00
Frutilla	60	0,42	0,18	5,76	15,60	15,60	0,90	45	2,00	1,20
Huevo	120	14,40	12,84	2,88	63,60	237,60	3,60	0	120,00	0,00
leche entera	40	1,24	1,24	1,88	36,80	73,60	0,08	0	2,33	0,32
lechuga	10	0,13	0,01	3,00	2,40	2,30	0,08	0,4	0,00	0,00
Limón	10	0,13	0,01	0,86	1,70	1,40	0,07	3,3	0,20	0,44
naranja	120	0,48	0,12	12,48	13,20	20,40	0,60	75,6	16,00	0,00
pan integral	100	9,30	0,40	58,00	43,00	162,00	4,00	0	0,00	0,80
Papaya	100	0,50	0,10	9,30	25,00	11,00	0,50	63	36,67	0,70
Pollo	150	26,40	30,45	0,00	22,50	306,00	2,70	0	22,50	0,00
Queso	60	11,34	8,76	1,50	287,40	151,20	1,56	0	31,00	0,00
quínua	30	4,26	1,23	19,86	20,40	129,00	1,98	0	0,00	1,17
rábanos	30	0,21	0,03	1,56	8,40	11,10	0,36	8,4	0,00	0,24
tomate riñón	60	0,60	0,36	3,06	6,00	16,80	0,42	19,2	36,00	36,00
Yuca	100	0,60	0,20	35,30	26,00	43,00	1,20	54	0,00	1,00
zanahoria amarilla	50	0,35	0,10	5,00	15,00	15,00	0,40	3	588	0,45
TOTAL		110,20	71,71	201,58	783,35	1684,25	25,21	335,35	1001,93	45,59
% ADECUACIÓN		440,78	645,39	806,3						
VALOR CALORICO TOTAL		1892,47								

ANEXO 8. PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA.

ALIMENTOS	CANTIDAD (GR/CC) POR CADA MENÚ	VALOR	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aceite de oliva	10	0,09	1.170,72	1.391,00	1.652,75	1.963,73	2.333,24	2.772,29
Ajo	5	0,02	260,16	309,11	367,28	436,39	518,50	616,06
Apio	5	0,05	650,40	772,78	918,19	1.090,96	1.296,25	1.540,16
Arveja tierna	20	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Brocoli	40	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Carne de res	150	0,57	7.414,56	8.809,68	10.467,40	12.436,98	14.777,22	17.557,81
Cebolla blanca	20	0,05	650,40	772,78	918,19	1.090,96	1.296,25	1.540,16
Cilantro	10	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Col verde	20	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Guanábana	60	0,22	2.861,76	3.400,23	4.040,05	4.800,24	5.703,49	6.776,70
Huevo	60	0,12	1.560,96	1.854,67	2.203,66	2.618,31	3.110,99	3.696,38
Leche	200	0,15	1.951,20	2.318,34	2.754,58	3.272,89	3.888,74	4.620,48
Limón	10	0,05	650,40	772,78	918,19	1.090,96	1.296,25	1.540,16
Mantequilla	5	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Manzana	100	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Meloco	60	0,20	2.601,60	3.091,11	3.672,77	4.363,85	5.184,99	6.160,63
Melón	100	0,21	2.731,68	3.245,67	3.856,41	4.582,05	5.444,24	6.468,67
Pan tostado	100	0,20	2.601,60	3.091,11	3.672,77	4.363,85	5.184,99	6.160,63
Pechuga de pollo	90	0,40	5.203,20	6.182,23	7.345,54	8.727,71	10.369,98	12.321,27
Pimiento	10	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Sandía	100	0,25	3.252,00	3.863,89	4.590,97	5.454,82	6.481,24	7.700,79
Tilapia	150	0,80	10.406,40	12.364,46	14.691,09	17.455,42	20.739,96	24.642,53
Tomate de árbol	60	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Tomate riñón	30	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Yogurth dietético	60	0,18	2.341,44	2.782,00	3.305,49	3.927,47	4.666,49	5.544,57
Zanahoria amarilla	30	0,10	1.300,80	1.545,56	1.836,39	2.181,93	2.592,49	3.080,32
Zanahoria blanca	80	0,13	1.691,04	2.009,22	2.387,30	2.836,51	3.370,24	4.004,41
TOTAL ANUAL		4,69	61.007,52	72.486,64	86.126,50	102.332,37	121.587,99	144.466,85

ANEXO 9. CUADRO MENSUALIZADO DEL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	1.173,99	14.087,84
Aporte Patronal	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	142,64	1.711,67
Fondo de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Décimo Tercero	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	97,83	1.173,99
Décimo Cuarto	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	1.046,71
TOTAL	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	1.501,68	18.020,21

ANEXO 10. CUADRO MENSUALIZADO DEL COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
Salario Básico Unificado	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	460,82	5.529,81
Aporte Patronal	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	55,99	671,87
Fondo de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Décimo Tercero	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40	460,82
Décimo Cuarto	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	29,08	348,90
TOTAL	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	584,28	7.011,40

ANEXO 11. CUADRO MENSUALIZADO DEL SALARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	1.579,94	18.959,34
Aporte Patronal	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	191,96	2.303,56
Fondo de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Décimo Tercero	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	131,66	1.579,94
Décimo Cuarto	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	1.046,71
TOTAL	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	1.990,80	23.889,56

ANEXO 12. CUADRO MENSUALIZADO DEL SALARIO DEL PERSONAL DE VENTAS.

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
Salario Básico Unificado	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	1.152,04	13.824,52
Aporte Patronal	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	139,97	1.679,68
Fondo de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Décimo Tercero	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	1.152,04
Décimo Cuarto	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	87,23	1.046,71
TOTAL	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	1.475,25	17.702,95

ANEXO 13. CÁLCULO MATERIA PRIMA INDIRECTA.

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD A UTILIZARSE	TOTAL
Endulzante	0,05	26.016	1.300,80
Fundas de empaque	0,01	39.024	487,80
Tarrinas soperas	0,05	26.016	1.196,74
Bandejas con división	0,10	39.024	3.902,40
Cucharas plásticas	0,02	65.040	975,60
Tenedores plásticos	0,02	13.008	234,14
Cuchillos plásticos	0,03	13.008	325,20
Vasos	0,04	39.024	1.717,06
Gas	2,50	240	600,00
TOTAL ANUAL			10.739,74

ANEXO 14. CÁLCULO OTROS COSTOS INDIRECTOS.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	NÚMERO DE VECES AL AÑO	TOTAL
Energía eléctrica	25,00	12	300,00
Agua potable	20,00	12	240,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	250,00	2	500,00
Mantenimiento equipo computación y oficina	70,00	2	140,00
Arriendo local	350,00	12	4200,00
TOTAL ANUAL			5.380,00

ANEXO 15. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS.

Tasas de Interés			
NOVIEMBRE 2013 (*)			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.5

ANEXO 16. TASA DE INTERÉS PASIVA.

TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

ANEXO 17. NUEVA ADQUISICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN.

CONCEPTO	AÑO 4
Computadoras	3.548,17
Impresora-Copiadora	247,77
Impresora Matricial	553,81
Sumadora	188,92
Teléfonos	294,27
TOTAL	4.832,95

ANEXO 18. RESUMEN DE LA DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	Valor	Vida Útil (Años)	% de Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada
Maquinaria y Equipo	1.817,05	10	10%	163,53	163,53	163,53	163,53	163,53	817,67
Equipo de Computación y Oficina	4.105,90	3	33,33%	1.368,63	1.368,63	1.368,63	0,00	0,00	4.105,90
Nuevo Equipo de Computación y Oficina	4.832,95	3	33,33%	0,00	0,00	0,00	1.610,98	1.610,98	3.221,97
Vehículos	4.548,00	5	20%	818,64	818,64	818,64	818,64	818,64	4.093,20
Muebles y Enseres	3.200,00	10	10%	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	1.440,00
Total	18.503,90			2.638,81	2.638,81	2.638,81	2.881,16	2.881,16	13.678,74

ANEXO 19. VALOR RESIDUAL DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	Valor	% de Valor Residual	Valor Residual de Propiedad, Planta y Equipo
Maquinaria y Equipo	1.817,05	10%	181,71
Equipo de Computación y Oficina	4.105,90	0%	0,00
Nuevo Equipo de Computación y Oficina	4.832,95	0%	0,00
Vehículos	4.548,00	10%	454,80
Muebles y Enseres	3.200,00	10%	320,00
Total	18.503,90		956,51